

**ANALISIS TINGKAT PERMINTAAN DAGING AYAM RAS
PEDAGING DI PASAR TRADISIONAL SUNGGUMINASA
DAN PASAR SENTRAL KECAMATAN SOMBA OPU
KABUPATEN GOWA**



SKRIPSI

*Dianjurkan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Peternakan (S.Pt) pada Jurusan Ilmu Peternakan
Fakultas Sains Dan Teknologi
UIN Alauddin Makassar*

Oleh

ANDI NURRIKA HASLINDA
NIM : 60700112059

**JURUSAN ILMU PETERNAKAN
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN
MAKASSAR**

2016

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

1. Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AndiNurrikaHaslinda

Nim : 60700112059

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

- a. Karya skripsi yang saya tulis adalah asli
 - b. Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini, terutama dalam Bab Hasil dan Pembahasan, tidak asli atau plagiasi maka bersedia dibatalkan dan dikenakan sanksi akademik yang berlaku.
2. Demikian pernyataan keaslian ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Makassar, Maret 2017

Andi Nurrika Haslinda

60700112059

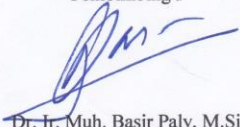
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Andi Nurrika Haslinda, NIM: 60700112059, Mahasiswa jurusan peternakan pada fakultas sains dan teknologi UIN Alauddin Makassar. Setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul **"Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa"**, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan munaqasah.

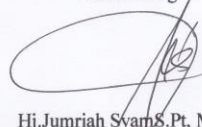
Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses lebih lanjut.

Makassar, Maret 2017

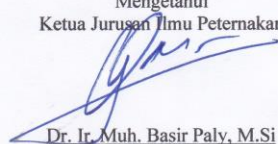
Pembimbing I


Dr. Ir. Muh. Basir Paly, M.Si
Nip. 19590712 198603 1 002

Pembimbing II


Hj. Jumriah Syam, S.Pt., M.Si
Nip. 19720727200003 2 008

Mengetahui
Ketua Jurusan Ilmu Peternakan


Dr. Ir. Muh. Basir Paly, M.Si
Nip. 19590712 198603 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "**Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam ras Pedaging Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa**" yang disusun oleh **ANDI NURRIKA HASLINDA**, NIM: 60700112059, mahasiswa Jurusan Ilmu Peternakan pada Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar, telah di uji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 23 November 2016, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Peternakan Jurusan Ilmu Peternakan.

Gowa, 15 Maret 2017
16 Akhirah 1438 H

DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Dr. M. Thahir Maloko, M.Hi.	(.....)
Sekretaris	: Irmawaty, S.Pt., M.P.	(.....)
Munaqisy I	: Dr.Ir.Andi Suarda M.Si	(.....)
Munaqisy II	: Astaty, S.Pt., M.Si	(.....)
Munaqisy III	: Dr. Muh Sabri AR, M.Ag	(.....)
Pembimbing I	: Dr.Ir. Muh. Basir Paly., M.Si.	(.....)
Pembimbing II	: Hj.Jumriah Syam, S.Pt., M.Si.	(.....)

Diketahui oleh:
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr.H. Arifuddin, M.Ag.
NIP. 19691205 199303 1 001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah swt. yang telah melimpahkan taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat merampungkan penyusunan skripsi yang berjudul “**(analisis tingkat permintaan daging ayam ras pedaging di pasar tradisional sungguminasa dan pasar sentral kecamatan somba opu Kabupaten Gowa)**” yang diajukan sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Peternakan (S.Pt) pada Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Rasulullah Muhammad saw., beserta sahabat-sahabatnya dan pengikut setianya. Penulis menyadari bahwa karya ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah memberi dukungan, doa, semangat, pelajaran dan pengalaman berharga pada penulis sejak penulis menginjak bangku perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.

Selama penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai hambatan dan tantangan, namun berkat petunjuk, bimbingan, arahan, doa serta dukungan moril dari berbagai pihak maka hambatan dan tantangan tersebut dapat teratasi. Terselesainya skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menghanturkan ucapan terima kasih dan penghargaan yang istimewa kepada Ayahanda A.muhammad Kisman, Ibunda Jusnawati dan Nenek tercinta P. Sugi yang tambah pamrih, Penuh

kasih sayang membesarkan dan mendidik penulis sejak kecil hingga menyelesaikan pendidikan seperti saat ini.

Terselesaikannya Skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si.**, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
2. **Bapak Prof. Dr. H. Arifuddin, M.Ag.**, selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
3. **Bapak Dr. Ir. Muh. Basir Paly, M.Si**, sebagai ketua jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
4. **Bapak Dr. Ir. Muh. Basir Paly, M.Si**, selaku dosen pembimbing pertama dan ibu **Hj. Jumriah Syam, S.Pt., M.Si.** Selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas Bimbingan dan panutannya selama ini dan banyak meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis mulai dari penyusunan proposal sampai penyelesaian skripsi ini
5. **Bapak Dr.Ir.Andi Suarda, M.Si.**, ibu **Astati, S.Pt.,M.Si** dan **Bapak Dr.Muh. Sabri AR., M.Ag.** selaku penguji yang telah memberikan saran dan kritikan yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan dan penyusunan skripsi ini.

6. **Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Peternakan**, khususnya **Ibu Astati, S.Pt., M.Si** selaku Pembimbing Akademik dan **Ibu Hj.Jumriah Syam S.Pt., M.Si.** atas bimbingan dalam kegiatan perkuliahan.
7. Kakak **Andi Afriana S.E** selaku staf jurusan yang banyak membantu selama dalam pengurusan surat menyurat selama penyusunan skripsi
8. Sahabat seperjuangan di Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi Khususnya Kelas B Angkatan 2012 : **Astri Wahyuni, Marnila L S.Pt, Resti Nanda Saputri, Irma Rukmana Kadir, S.Pt, Sarialan, Muhammad Mansyur Rasyid, Asdar Abdullah, Sudrianto, Edy Sudrajat, Asrul (Keti), Suparman, Salahuddin, Fadillah, Sainal Salju, Sutarmin, Safaruddin.S.Pt, Ardiansyah, S.Pt.,** terima kasih kebersamaan suka maupun duka selama kuliah dan semoga sampai kakek nenek.
9. Teman–teman ku Tercinta **Sahriwani Amd.Keb, Ulfa Angriani Amd.Keb, Sri Dewi Ratu**, yang tidak pernah berhenti membantu, memberikan motivasi, semangat serta canda tawa kepada penulis dalam kondisi suka maupun duka.
10. Adik-adik ku Di Jurusan Ilmu Peternakan Angkatan 2014 Khususnya: **Riskayanti Musta, Amelia, Iswandi R, Herul Anwar, Suparman, Muhammad Basri, Muhammad Ardi Lawa,** Yang selalu memberikan semangat serta canda tawa.
11. Teman-teman KKN Reguler Angkatan 51 Desa Kanreapia Khususnya: **Dwi Reski Aprilia Jamal, Astri Wahyuni, Husna Amalia Taufik, Mimi**

Mastura, S.Sos, Nurhalima S.Si, Rini Annur S.Pd, Muhaimin, Facrizal, Muhammad Alwi M, Fadly Rusdin, Mahmud, Ahmad Subhan, Qory Adhar. terima kasih atas kebersamaan, doa, dan dukungannya selama ini, kalian selalu di hati.

Adapun penulis tetap mampu percaya diri dala menyelesaikan skripsi ini, semoga segala bantuan dan bimbingan semua pihak dlam penyusunan skripsi ini mendapat imbalan dari Allah SWT. Aminnn.

Wassalamu Alaikum Wr, Wb.

Makassar, 22 November 2016

ANDI NURRIKA HASLINDA
60700112059

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Al.Qur'an Terhadap Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging	8
B. Pengertian Ayam Ras Pedaging dan Perkembangan produksi diindonesia	10
C. Teori Penawaran dan Permintaan	15
D. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran... ..	16
1. Penawaran (Supply).....	16
2. Permintaan (Demand).....	17
E. Pengertian Pasar dan Jenis-jenis Pasar	26
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel	30
C. Jenis Penelitian	30
D. Defenisi Operasional	30
E. Sumber Data.....	31

F. Pengumpulan Data	32
G. Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	33
1. Kondisi Geografis Kabupaten Gowa.....	33
2. Keadaan Penduduk	35
3. Gambaran Pasar Tempat Penelitian.....	36
B. Karakteristik Responden	40
1. Jenis Kelamin	40
2. Umur.....	41
3. Tingkat Pendidikan.....	41
C. Permintaan Secara Umum.....	42
D. Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging Pada Hari Biasa	43
E. Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging pada hari Keagamaan (Idul Fitri).	
.....	45
F. Perbedaan Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging pada hari keagamaan (Idul Fitri) dan hari biasa	48
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
55	

DAFTAR TABEL

Lampiran 1: Data Responden Pedagang Ayam Ras Pedaging Di Pasa Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa	59
Tabel 2 : Data Responden Pedaging Ayam Ras Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral di Kecamatan Somba Opu	59
Lampiran 2 : Rata – Rata Penjualan Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral Sungguminasa Kabupaten Gowa pada Hari Biasa.....	60
Tabel 3 : Rata – Rata Penjualan Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral Sungguminasa Kabupaten Gowa Pada Hari Biasa	60
Lampiran 3 : Data Responden Pedagang Ayam Ras Pedaging Hari Keagamaan (Idul Fitri) di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Sungguminasa Kecamatan Kabupaten Gowa.....	61
Tabel 4 : Rata – Rata Penjualan Daging Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa Pada Hari Keagamaan (Idul Fitri).....	61
Lampiran 4 : Hasil uji T Permintaan Daging ayam Ras Pedaging pada Hari Biasa di pasar Tradisional Dan Pasar Sentral kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa	62
Tabel 5 : Uji Coefficients (Hari Biasa).....	62
Tabel 6 : Uji Model Summary (Hari Biasa).....	62
Tabel 7 : Uji ANOVA ^b (Hari Biasa).....	62

Tabel 8 : Uji Descriptive Statistics (Hari Biasa).....	63
Lampiran 5 : Hasil uji T Permintaan Daging ayam Ras Pedaging pada Hari Keagamaan (Idul Fitri) di pasar Tradisional Dan Pasar Sentral kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa	64
Tabel 9 : Uji Coefficients (Hari Keagamaan Idul Fitri)	64
Tabel 10 : Uji Model Summary (Hari Keagamaan Idul Fitri).....	64
Tabel 11: Uji ANOVA ^b (Hari Keagamaan Idul Fitri).....	64
Tabel 12: Uji Descriptive Statistics (Hari Keagamaan Idul Fitri).....	65
Lampiran 6 : Perbandingan Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging Dipasar Tradisional Dan Pasar Sentral di Kecamatan Somba Opu KABupaten Gowa.....	66
Tabel 13 : Deskriptif data pretest dan posttest	66
Tabel 14 : Perbandingan mean rank data pretest dan posttest.....	66
Lampiran 7 : Wawancara Responden Pedagang Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.....	67
Gambar 9 : Wawancara Pedagang di Pasar minasa Maupa (Pasar Tradisional)..	67
Gambar 10 :Wawancara Pedagang di Pasar minasa Maupa (Pasar Tradisional).	67
Gambar 11: Wawancara Pedagang di Pasar minasa Maupa (Pasar Tradisional).	67
Gambar 12 : wawancara Pedagang di Pasar sentral Sungguminasa.....	68
Gambar 13 : wawancara Pedagang di Pasar sentral Sungguminasa.....	68

Gambar 14 : wawancara Pedagang di Pasar sentral
Sungguminasa..... 69

Gambar 15 : wawancara Pedagang di Pasar sentral
Sungguminasa..... 69

ABSTRAK

Nama : Andi Nurrika Haslinda
NIM : 60700112059
Jurusan : Ilmu Peternakan
**Judul : Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging di
Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral
Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. metode penelitian ini yaitu kuantitatif yaitu menjelaskan tentang hubungan kausal antara variable independen usaha yaitu pedagang Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar sentral Sungguminasa Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan yaitu bulan juni sampai juli 2016, yang bertempat di Pasar Tradisional Minasa Maupa Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Jumlah Sampel 30 Orang Pedagang Ayam ras pedaging. Teknik pengambilan sampel secara Sensius Uji Seluruh Populasi menjadi Sampel Sehingga Sampel Berjumlah 30 Orang yang digunakan yaitu Simpel Random Sampling. Hasil penelitian ini diketahui bahwa 1). Tingkat permintaan daging ayam ras pedaging pada hari keagamaan (Idul Fitri) lebih banyak permintaannya di bandingkan pada hari biasa 2). Harga pada saat hari biasa lebih rendah di bandingkan pada saat hari keagamaan (Idul Fitri).

Kata Kunci : Permintaan, Daging Ayam Ras Pedaging

ABSTRAK

Nama : Andi Nurrika Haslinda
NIM : 60700112059
Jurusan : Animal Husbandry
**Judul : Analysis of Demand Meat Broiler in Sungguminasa
Traditional Market and Central Market District of Somba
Opu Gowa.**

This study aims to determine Analysis of Demand Meat Broiler in Sungguminasa Traditional Market and Central Market District of Somba Opu Gowa. This research method is quantitative explain the causal relationship between the independent variable effort that traders Broiler in Sungguminasa Traditional Market and Central Market Sungguminasa Somba Opu District of Gowa. Research was conducted during 2 months ie June to July 2016, which bertempatdi Minasa Maupa Sungguminasa Traditional Market and Central Market District of Somba Opu Gowa. Total Sample 30 people Traders broiler chicken. Sampling technique Sensius Test entire population becomes Sample Sample So Totaling 30 People used is Simple Random Sampling. The results of this research note that 1). The level of demand for broiler meat on religious holidays (Eid) more demand compared on a normal day 2). Price at the time of a normal day lower compared during religious holidays (Eid).

Keywords: Demand, Meat Broiler

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha peternakan mempunyai arti penting bagi kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, Peternakan merupakan salah satu sub-sektor didalam sektor pertanian, usaha peternakan tersebut dapat ditemukan di desa-desa. Ayam ras pedaging merupakan salah satu komoditas yang tergolong paling populer dalam dunia agribisnis peternakan di Indonesia. Sampai saat ini, ayam ras pedaging merupakan usaha peternakan yang berkembang paling menakjubkan. Usaha ayam ras pedaging cukup prospektif karena selera masyarakat terhadap cita rasa ayam ras pedaging sangat tinggi di semua lapisan. Di samping itu, nilai keuntungan yang diperoleh juga cukup tinggi.

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil kegiatan tersebut, peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja, peternakan perbedaannya terletak ppada tujuan sencari keuntungan dengan penerapan prinsip – prinsip menejemen pada factor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal kegiatan dibidang peternakan dapat dibagi atas dua golongan,yaitu peternakan hewan besar seperti sapi, kerbau dan kuda, sedangkan kedua yanitu peternakan hewan kecil seperti kelinci dan ayam ras pedaging. (Rasyaf, 1994).

Ayam ras pedaging merupakan produk biologis yang mempunyai karakteristik mudah rusak. Oleh karena itu distribusi ayam ras pedaging

memerlukan rantai pemasaran yang pendek. Keberhasilan usaha ternak tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan aspek teknologi peternakan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh aspek sosial ekonomi yaitu pasar. Pasar berfungsi sebagai tempat bertemunya antara penjual (pedagang) dan pembeli suatu barang tertentu dengan harga tertentu. Pedagang terbagi atas dua yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer. Pedagang besar atau distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk dari tangan produsen. Sedangkan pedagang pengecer adalah pedagang yang langsung melakukan transaksi dengan konsumen akhir. Pedagang pengecer merupakan saluran pemasaran terakhir. (Setyono, dkk. 2011).

Ayam broiler atau yang disebut juga *ayam ras pedaging (broiler)* adalah jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. (Metrizal, 2010).

Ayam broiler adalah ayam pedaging yang dipelihara hingga 6 sampai 13 minggu dengan bobot hidup dapat mencapai 1,5 kg pada umur 6 minggu. Ayam broiler merupakan ternak yang paling efisien menghasilkan daging dibandingkan ayam yang lain. (Anggorodi, 1985)

Ayam broiler yang merupakan hasil perkawinan silang dan sistem berkelanjutan sehingga mutu genetiknya bisa dikatakan baik. Mutu genetik yang baik akan muncul secara maksimal apabila ayam tersebut diberi faktor lingkungan yang mendukung, misalnya pakan yang berkualitas tinggi, sistem perkandangan yang baik, serta perawatan kesehatan dan pencegahan penyakit. Ayam broiler merupakan ternak yang paling ekonomis bila dibandingkan dengan ternak lain, kelebihan yang dimiliki adalah kecepatan pertambahan produksi daging dalam

waktu yang relatif cepat dan singkat atau sekitar 4-5 minggu produksi daging sudah dapat dipasarkan atau dikonsumsi untuk memenuhi permintaan konsumen. (Wikipedia, 2016).

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli sesuatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu, supaya lebih akurat kita memasukkan dimensi geografis misalnya ketika kita berbicara tentang permintaan daging ayam ras di Kabupaten Gowa.

Kabupaten Gowa merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi tinggi dalam peternakan ayam ras pedaging. Kawasan Kabupaten Gowa memiliki beberapa Kecamatan, salah satunya yaitu Kecamatan Somba Opu yang mempunyai beberapa pasar yang penjual daging ayam ras pedaging terbanyak di Kabupaten Gowa, hal ini karena peternak ayam lebih memilih memasarkan daging ayam dipasar tradisional Sungguminasa yang terbilang banyak pengunjung konsumen yang lebih memilih berbelanja di tempat tersebut karena terbilang murah dibandingkan pasar lainnya yang ada Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

Produksi daging ayam ras pedaging di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa yang setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Meningkatnya produksi ayam ras pedaging di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa dalam 5 tahun terakhir, itu menunjukkan adanya peningkatan permintaan akan ayam ras pedaging di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa pada tahun 2011 populasi ayam ras 3,864 ekor, pada tahun 2012 populasi ayam ras 3,691 ekor, pada tahun 2013 populasi ayam ras 4,011 ekor, pada tahun 2014 13,773 ekor

populasi ayam ras dan pada tahun 2015 populasi ayam ras 15,653 ekor. Dari tahun 2011 ketahun 2012 mengalami peningkatan populasi sejumlah 173 ekor, dari tahun 2012 ketahun 2013 mengalami peningkatan 192 ekor, dari tahun 2013 ketahun 2014 mengalami peningkatan 9,762 ekor dan pada tahun 2014 ketahun 2015 peningkatan populasi ayam ras 188 ekor. (Badan Statistik Kabupaten Gowa) jika di rata-ratakan dalam kurung waktu 5 tahun terakhir mengalami peningkatan sejumlah 6,345 ekor hal ini menunjukkan bahwa tingkat populasi 5 tahun ini meningkat.(Statistik Gowa)

Dari data diatas menjelaskan bahwa tiap tahun populasi ayam ras pedaging semakin meningkat tiap tahunnya salah satu penyebab semakin meningkatnya selera konsumen atau masyarakat semakin bertambah disetiap tahunnya maka, daging ayam ras pedagingjuga ikut mendukung minat usaha ternak broiler. Adapun beberapa pengaruh preferensi konsumen, yaitu daging ayam ras pedaging mudah diperoleh di pasaran, dengan harga lebih murah dibanding dengan ayam bukan ras dan pengolahan pemasakan daging ayam broiler lebih singkat karena seratnya lebih lunak.

Berdasarkan uraian sebelumnya yang menunjukkan bahwa peningkatan permintaan daging ayam ras pedaging meningkat akhirnya penulis tertarik meneliti **“Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat permintaan konsumen terhadap Ayam Ras Pedaging pada saat hari keagamaan (Idul Fitri) dan hari biasa di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa?
2. Bagaimana harga ayam ras pedaging pada saat hari keagamaan (Idul Fitri) dan hari biasa di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui permintaan konsumen daging Ayam Ras Pedaging pada saat hari keagamaan (Idul Fitri) dan hari biasa di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui perbandingan permintaan pada hari keagamaan (Idul Fitri) dan hari biasa di daerah penelitian.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi konsumen yang mengonsumsi daging ayam ras pedaging
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pengambil keputusan untuk perbaikan dan peningkatan permintaan daging ayam ras pedaging.

E. Kajian Pustaka

Pranata, (2013). *Analisi Permintaan Ayam Broiler di Kota Medan*, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk a). mengetahui permintaan ayam broiler di lokasi penelitian b). untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam broiler c). untuk mengetahui perkembangan harga ayam potong di Kota Medan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive*. Teknik pengambilan sampel dengan metode *slovin* dengan jumlah sampel 100 konsumen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli s/d Agustus tahun 2013.

Susilowato, (2011), *Proyeksi Permintaan Daging Ayam Ras di Kota Surakarta*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging di kota Surakarta menganalisis elastisitas permintaan daging ayam dan menganalisis proyeksi permintaan daging ayam di kota Surakarta pada tahun 2010 sampai 2015. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif sedangkan penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Analisis yang digunakan adalah metode OLS (Ordinasi Least Square) dalam bentuk logaritme natural, sedangkan proyeksi menggunakan analisis permintaan menggunakan analisis trend dengan menggunakan Ordinasi Least Square variable Z yang digunakan dari variabel ini adalah harga daging ayam ras harga beras IR-64, jumlah penduduk dan pendapat berkapsial.

Pratama, (2013) *Perilaku Pembelian Ayam Potong Broiler Di “Pasar Keputran” Surabaya* Tujuan penelitian ini adalah 1). Menganalisis karakteristik

konsumen dan perilaku konsumen ibu rumah tangga dalam membeli ayam potong broiler di Pasar Tradisional Keputran Surabaya, 2). Menganalisis faktor yang mempengaruhi pembelian ayam potong broiler di Pasar Tradisional Keputran Surabaya. Analisis yang digunakan dalam menjawab tujuan satu yaitu menggunakan analisis deskriptif, sedangkan untuk menjawab tujuan dua yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis statistik.

Septiani, dkk (2014). *Analisi Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Ayam Ras Pedaging di Tingkat Konsumen dan Peternak di Pasar Tradisional Kota Medan*. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam ras pedaging di tingkat konsumen di pasar tradisional Kota Medan dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran ayam ras pedaging di tingkat peternak di pasar tradisional Kota Medan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan mempergunakan metode Ordinary Least Square (OLS) atau metode kuadrat terkecil dengan alat bantu SPSS 16.0. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dari sisi permintaan variabel harga ayam ras pedaging, pendapatan rata-rata keluarga/bulan, jumlah tanggungan, dan harga ikan dencis secara serempak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan ayam ras pedaging di tingkat konsumen di pasar tradisional Kota Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Al-Qur'an terhadap permintaan daging ayam ras pedaging

Salah satu firman Allah menjelaskan tentang bagaimana binatang atau hewan dalam kehidupan manusia adalah :

Allah swt berfirman dalam QS. Al-Baqarah/2: 173.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنِزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ١٧٣

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Yang dimaksud bangkai adalah binatang yang berembus nyawanya tidak melalui cara yang sah, seperti yang mati tercekik, dipukul, jatuh, ditanduk, dan diterkam binatang buas, namun tidak sempat disembelih, dan yang disembelih untuk berhala. Dikecualikan dari pengertian bangkai adalah binatang air (ikan dan sebagainya) dan belalang.

حَدَّثَنَا أَبُو الْوَلِيدِ، حَدَّثَنَا شُعْبَةُ، عَنْ هِشَامِ بْنِ زَيْدٍ، قَالَ: دَخَلْتُ مَعَ أَنَسٍ عَلَى الْحَكَمِ بْنِ أَبِيوبَ، فَرَأَى غِلْمَانًا أَوْ فِتْيَانًا نَصَبُوا دَجَاجَةً يَرْمُونَهَا، فَقَالَ أَنَسٌ: " نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ تُصْبَرَ الْبَهَائِمُ "

Telah menceritakan kepada kami Abul-Waliid: Telah menceritakan kepada kami Syu'bah, dari Hisyaam bin Zaid, ia berkata: Aku bersama Anas pernah masuk menemui Al-Hakam bin Ayyuub. Lalu ia (Anas) melihat beberapa orang anak atau pemuda yang mengikat seekor ayam lalu melemparinya. Anas berkata:

“Nabi *shallallaahu ‘alaihi wa sallam* melarang menyiksa binatang”
[Diriwayatkan oleh Al-Bukhaariy no. 5513].

Pembahasan tentang pemasaran atau jual beli telah dijelaskan dalam firman Allah swt di surah QS.An-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu

Melalui ayat di atas, Allah mengingatkan, *hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan*, yakni memperoleh *harta* yang merupakan sarana kehidupan kamu, *di antara kamu dengan jalan yang batil*, yakni tidak sesuai dengan tuntunan syariat, *tetapi* hendaklah kamu peroleh harta itu *dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu*, kerelaan yang tidak melanggar ketentuan agama. Karena harta benda mempunyai kedudukan di bawah nyawa, bahkan terkadang nyawa dipertaruhkan untuk memperoleh atau mempertahankannya, pesan ayat ini selanjutnya adalah *dan janganlah kamu membunuh dirimu* sendiri, atau membunuh orang lain secara tidak hak karena orang lain adalah sama dengan kamu, dan bila kamu membunuhnya kamu pun terancam dibunuh, *sesungguhnya Allah terhadap kamu Maha Penyayang*. Penggunaan kata makan untuk melarang perolehan harta secara batil dikarenakan kebutuhan pokok manusia adalah makan. Kalau makan yang merupakan kebutuhan pokok itu terlarang memperolehnya dengan batil, tentu lebih terlarang

lagi bila perolehan dengan batil menyangkut kebutuhan sekunder apalagi tersier (Shihab, 2002).

Allah swt. melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta sebagian dari mereka atas sebagian yang lain, dengan cara yang batil yakni melalui usaha yang tidak diakui oleh syariat, seperti dengan cara riba dan judi serta cara-cara lainnya yang termasuk ke dalam kategori tersebut dengan menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan. Sekalipun pada lahiriahnya, cara-cara tersebut memakai cara yang diakui oleh hukum syara', tetapi Allah swt. lebih mengetahui bahwa sesungguhnya para pelakunya hanyalah semata-mata menjalankan riba, tetapi dengan cara *hailah* (tipu muslihat) (Dimasyqi, 2004).

Dari penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa Allah swt. Menyuruh kita melakukan kegiatan pemasaran dan perniagaan, dimana terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli, bukan dengan melakukan perampasan atas harta saudara-saudara kita.

Pembahasan tentang konsumsi daging ayam yang berlebihan (Mubazir)

Qs. Al.Isro/27

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahnya :

Sesungguhnya Pemboros – pemboros itu adalah saudara – saudaranya setan dan sesungguhnya setan itu sangat ingkar kepada tuhan nya.

Pada ayat diatas dijelaskan tentang Allah memingatkan bahwa betapa buruknya sifat orang yang boros. Mereka dikatakan sebagai sodaranya setan

,orang yang boros bermakna orang yang membelanjakan hartanya dalam perkara yang tidak mengandung manfaat berarti. Ada sebuah hadis yang berkaitan dengan pembuatan mubazir (Boros) ini, yakni yang diriwayatkan oleh Abdullah bin Umar. Dia berkata bahwa Rasulullah telah melintas ditempat saat sedang mengambil wudhu, Kemudian Rasulullah menegur Saad karena begitu Saad karena begitu boros. Lalu Saad menanyakan apakah dalam wudhu juga terdapat boros (mubazir)

Dia berkata bahwa Rasulullah telah melintas ditempat saat sedang mengambil wudhu, Kemudian Rasulullah menegur Saad karena begitu Saad karena begitu boros. Lalu Saad menanyakan apakah dalam wudhu juga terdapat boros (mubazir). Kita di beritahu oleh Allah SWT bahwa orang-orang yang melakukan pemborosan dan berbuat mubadzir adalah saudara setan. Padahal setan sangat ingkar kepada tuhan nya yaitu Allah SWT. Kalau para pelaku pemborosan dan mubadzir itu adalah saudara setan. Berarti mereka bersaudara dengan makhluk yang ingkar atau mengkafiri Allah SWT. Mereka sama saja melakukan perbuatan ingkar kepada Allah SWT dengan melakukan perbuatan Mubadzir. Semoga kita dijauhkan dari perbuatan mubadzir. Amin.

Pengertian Ayam Ras Pedaging dan Perkembangan Produksi di Indonesia

Ayam ras pedaging merupakan jenis unggas hasil rekayasa manusia telah mengalami seleksi gen selama bertahun-tahun sehingga hanya dalam waktu 21-40 hari sudah layak dikonsumsi. Seperti makhluk hidup umumnya, ayam broiler mengalami dua fase kehidupan, yaitu fase *starter* dan dilanjutkan ke fase *finisher*. Fase *starter* merupakan fase awal yang dimulai dari ayam ke luar dari cangkang

telurnya sampai bulu tubuhnya sudah tumbuh sempurna. Pada fase *finister* tersebut kondisi tubuh ayam masih lemah dan organ tubuhnya belum berfungsi secara optimal sehingga ayam memerlukan perhatian yang lebih intensif agar dapat tumbuh secara optimal (Metrizal, 2010).

Daging ayam broiler merupakan daging yang paling familiar bagi seluruh lapisan masyarakat untuk dikonsumsi atau dimakan dalam kehidupan sehari-hari. Mulai anak-anak, remaja, hingga manusia dewasa tidak ada yang tidak kenal daging ayam. Bahkan dalam berbagai acara keluarga yang melibatkan konsumsi, kehadiran daging ayam tidak pernah dilupakan orang. Daging ayam broiler merupakan bahan yang dapat diolah sebagai makanan cepat saji. Seperti di kota-kota besar seperti Jakarta, Makassar, Yogyakarta dan lain-lain terlihat marak adanya restoran cepat saji atau warung-warung tenda yang menjajakan menu berbahan daging ayam. Contohnya, Kentucky Fried Chicken (KFC), Mac Donald (MD), dan lain-lain adalah restoran cepat saji yang banyak dikunjungi berupa ayam masyarakat terutama kalangan remaja dan mahasiswa. Menu disajikan biasanya goreng crispy (Narantaka, 2012).

Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kelezatan dan kualitas daging ayam ras antara lain :

- 1) Sifat Genetis Ayam itu Sendiri

Hal ini menyangkut perbandingan antar kadar lemak dan daging yang dihasilkan oleh setiap ekor ayam yang bersangkutan.

- 2) Keempukan Daging

Daging yang empuk ialah daging yang pada saat dikunyah mudah menjadi hancur, tidak diliat. Dan keempukan daging ini bukan semata-mata akibat daging itu dimasak. Melainkan memang daging tersebut dilumatkan.

3) Warna Daging

Warna daging juga membawa akibat terhadap kualitas dan kelezatan. Warna daging yang baik ialah merah muda atau merah terang, tidak merah gelap atau tua (Anonim, 2012).

Menurut Murtidjo (2003), Salah satu sumber protein hewan adalah daging ayam. Selain lezat rasanya daging ayam juga mudah diperoleh dan mudah didapat, serta mengandung nutrisi yang cukup. Komposisi nutrisi daging ayam per 100 gram sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| - Kalori 404 Kkal | - Vitamin B-1 0,80 |
| - Protein 18,20 g | - Vitamin B-2 0,16 |
| - Lemak 25 g | - Kalsium 14 mg |
| - Kolestrol 60 mg | - Phospor 200 mg |
| - Vitamin A Aktif 243 mg | - Ferrum 1,50 mg |

Harga daging ayam pedaging dipasaran bebas selalu berubah-ubah menurut situasi dan kondisi pasar, biasanya kestabilan harga ini dipengaruhi oleh jumlah kebutuhan yang tidak terbatas sedang persediaan barang sangat tidak menentukan target kebutuhan (Hartono 1999 : 14).

Menurut Suprijatna *dkk.* (2005) Ayam ras pedaging broiler adalah ayam yang mempunyai sifat tenang, bentuk tubuh besar, pertumbuhan cepat, bulu rapat ke tubuh, kulit putih dan produksi telur rendah. Dijelaskan lebih lanjut

oleh Siregar dkk pada tahun 1980 bahwa ayam Broiler dalam klasifikasi ekonomi memiliki sifat-sifat antara lain : ukuran badan besar, penuh daging yang berlemak, temperamen tenang, pertumbuhan badan cepat serta efisiensi penggunaan ransum tinggi.

Ayam ras pedaging atau ayam peliharaan juga dikenal dengan sebutan ayam domestik. Ayam domestik ini banyak ragamnya. Walaupun demikian semua ragam ayam diklasifikasikan kedalam kelas ayam, bangsa, varietas dan strain ayam. Kelas ayam adalah sekelompok ayam yang berkembang di wilayah geografis tertentu dan mempunyai sifat yang menurun dari generasi kegenerasi berikutnya. Empat kelas ayam yang ditetapkan ialah kelas Amerika, Inggris, Mediteran dan kelas Asia masing-masing kelas terdiri dari beberapa bangsa ayam (Nastiti, 2012).

Menurut Tim Karya Mandiri (2009), ayam ras pedaging ini merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Sehingga cocok untuk dibudidayakan dikarenakan harganya lebih murah dibandingkan dengan daging ruminansia. Ayam Ras Pedaging memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Ayam Ras Pedaging cenderung lebih gemuk,
- b. Kulit Ayam Ras Pedaging lebih mengkilap dan banyak lemak di lapisan bawah kulit terutama di daerah sekitar ekor,
- c. Warna daging Ayam Ras Pedaging lebih cerah dan dagingnya lebih empuk serta kenyal, dan kulitnya tidak mudah sobek.

Produksi ayam ras modern semakin berkembang pada tahun 1970an, penelitian mulai banyak dilakukan, banyak penemuan baru mengenai nutrisi, program penanganan penyakit dan teknologi. Kontributor yang penting pada era tersebut adalah mekanisasi processing dan teknologi otomatis. Peningkatan permintaan terhadap daging ayam ras sangat pesat pada tahun 1980an, daging ayam dianggap sebagai sumber protein hewani yang menyehatkan dan murah jika dibandingkan dengan daging komoditas ternak lainnya. Konsumen memilih ayam yang dijual dalam bentuk potongan (*Cut Up Chicken*) karena lebih praktis. Daging ayam beku siap olah mulai populer pada era ini. Berbagai restoran makanan cepat saji (fast food) berbahan baku ayam mulai berkembang, berkompetisi dengan restoran ternama seperti Mc Donald's dan KFC. Konsumsi daging ayam di Amerika Serikat pada tahun 1992 melebihi daging sapi.

Sistem seleksi di tingkat broiler pembibit juga mulai berkembang pada tahun 1980an – 1990an. Teori indeks seleksi berdasarkan performans keluarga yang dilakukan pada tahun 1970an dikembangkan menjadi metode seleksi dengan BLUP (*best linear unbiased prediction*) berdasarkan performans individu dan keluarga sehingga dapat diketahui bagaimana suatu sifat berkaitan satu sama lain. Seleksi yang dilakukan terus menerus diikuti dengan inovasi untuk menggabungkan sifat-sifat unggul dan mengeliminasi sifat-sifat yang kurang menguntungkan (Nastiti, 2012).

Hingga kini ayam broiler telah dikenal masyarakat Indonesia dengan berbagai kelebihannya. Hanya 5-6 minggu sudah bisa dipanen. Dengan waktu pemeliharaan yang relatif singkat dan menguntungkan, maka banyak peternak

baru serta peternak musiman yang bermunculan diberbagai wilayah Indonesia, seperti, pasar yang dimana penjualan ayam dengan berbagai macam harga untuk memancing konsumen

B. Teori Penawaran dan Permintaan

Permintaan menunjukkan banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Permintaan seseorang atau suatu masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh faktor-faktor, sebagai berikut:

1. Harga barang itu sendiri (P_x)
2. Harga barang lain (P_y)
3. Pendapatan konsumen (Inc)
4. Cita rasa (T)
5. Iklim (S)
6. Jumlah penduduk (Pop)
7. Ramalan masa yang akan datang (F)

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: “Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun jumlah barang meningkat.

Kegunaan yang dimiliki oleh suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia menyebabkan barang tersebut dikonsumsi. Konsumsi seseorang terhadap

suatu barang dalam jangka waktu tertentu pada harga tertentu menunjukkan kuantitas (jumlah) barang yang diminta. Bila harga barang dihubungkan dengan dimensi waktu, maka harga barang dapat berubah-ubah sepanjang waktu. Perubahan harga tersebut dimungkinkan karena adanya perubahan dalam biaya produksi, persaingan, keadaan perekonomian, dan sebagainya. Dengan demikian, harga suatu barang dapat berbeda – beda pada jangka waktu tertentu. Kuantitas barang yang diminta dalam jangka waktu tertentu pada harga tertentu disebut permintaan, Pada dasarnya permintaan menunjukkan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang (Wijaya, 1991).

C. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran (Supply Demand).

1. Penawaran (Supply)

Banyak faktor yang mempengaruhi berapa jumlah yang ditawarkan oleh pedagang sebagai pelaku penawar telur ayam ras diantaranya yaitu:

a. Harga beli pedagang

Naik atau turunnya harga barang/jasa akan mempengaruhi banyak sedikitnya terhadap jumlah barang yang ditawarkan. Kualitas akan meningkat ketika harganya meningkat dan kualitas juga diminta menurun ketika harga menurun dapat dikatakan bahwa kualitas yang diminta berhubungan positif dengan harga (Djojodipuro, 1991).

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah total biaya yang dikeluarkan pedagang untuk menjual barang – barang yang akan dijual dipasar.

c. Keuntungan

Pedagang dianggap selalu bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Artinya bahwa pedagang selalu memilih tingkat output yang dapat memberikan keuntungan maksimum. Keuntungan diperoleh dari total penerimaan dikurangi total biaya yang dikeluarkan pedagang.

2. Permintaan (Demand)

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2008).

Menurut Wilson (2007) permintaan suatu barang berkaitan dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang pada tingkat harga tertentu. Konsumen dapat menentukan jumlah barang yang dikonsumsi tergantung pada harga barang tersebut. Pada umumnya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah permintaan ke atas suatu barang tersebut. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah permintaan ke atas barang tersebut, apabila faktor lain tidak berpengaruh. Hipotesa seperti itu disebut sebagai hukum permintaan. Dengan demikian, hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan hubungan antara harga dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang.

Besarnya permintaan tergantung pada manfaat yang akan diperoleh konsumen atau manfaat dalam menghasilkan barang-barang lain. Dalam keadaan biasa, seorang pedagang atau produsen tidak akan menjual barangnya di bawah biaya produksi yang telah dikeluarkan. Begitu juga konsumen tidak akan membeli terlalu banyak apabila harga turun. (Hanafie, 2010)

Konsumen memiliki beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen itu terhadap daging ayam broiler tersebut. Pada umumnya, pemasar atau pun pedagang tidak dapat mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen. Berikut dijabarkan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap daging ayam broiler:

1. Income (pendapatan)

Hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif. Bila pendapatan seseorang/masyarakat meningkat maka akan meningkatkan permintaannya terhadap suatu barang (Pracoyo, 2006).

2. Umur

Secara umum umur juga mempengaruhi selera akan makanan dan segala macam keperluan semasa hidup. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

3. Tingkat Pendidikan

Kalau orang bertindak, mereka belajar. Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari proses pendidikan yang dijalani (pengalaman). Pendidikan seseorang sangat mempengaruhi

pilihannya. Apabila pendidikan konsumen tinggi maka akan lebih memilih barang yang berkualitas baik, tingkat pendidikan dapat dilihat dari pendidikan terakhir konsumen.

4. Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan akan mempengaruhi jumlah permintaan. Makin banyak jumlah tanggungan, maka jumlah permintaan akan meningkat. ini berkaitan dengan usaha pemenuhan akan kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada dalam suatu keluarga.

5. Harga Daging Ayam Broiler

Sesuai dengan hukum permintaan hubungan antara harga barang dan jumlah yang diminta adalah negatif. Bila harga naik maka permintaan akan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan akan naik dengan asumsi *ceteris paribus*. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah berkebalikan.

6. Selera

Selera berpengaruh besar terhadap keinginan orang untuk membeli suatu barang, perubahan selera bias lama sekali, sehingga cepat atau lambat perubahan selera terhadap suatu komoditi dapat menggeser kurva permintaan.

7. Jumlah Penduduk

Pertumbuhan jumlah penduduk itu belum menciptakan permintaan baru, penduduk yang bertambah ini harus mempunyai daya beli sehingga permintaan berubah, tambahan orang usia kerja tentunya menciptakan pendapatan baru,

jika ini terjadi permintaan untuk semua komoditi dibeli oleh penghasil pendapat baru akan meningkat.

8. Perkiraan harga di masa mendatang

Bila memperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik, akan lebih baik membelinya sekarang sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak dan untuk menghemat belanja di masa yang akan datang.

Sebagai manusia yang hidup di masa sekarang, relasi kita dengan barang-barang konsumsi tidak dapat dipungkiri. Kapanpun dan dimanapun kita selalu berkaitan dengan konsumsi. Konsumsi selalu hadir bagi seluruh permasalahan, malahan dalam arti tertentu konsumsi sebagai pelarian terhadap realitas hidup kita sepanjang hari. Permintaan berkaitan erat dengan konsumsi. Kita bisa mengkonsumsi suatu barang kalau barang itu sudah menjadi milik kita, sedangkan suatu barang atau jasa sebenarnya karena adanya permintaan terhadap barang atau jasa tersebut. Dengan kata lain konsumsi ada bila permintaan ada. (Deliarnov, 2006).

Para ekonom menganggap istilah “permintaan” ini mempunyai arti yang khusus. Permintaan adalah skedul atau kurva yang menggambarkan hubungan antara berbagai kuantitas barang yang dimintai konsumen pada berbagai tingkat harga barang, *ceteris paribus*. Kurva permintaan adalah tempat menyebarnya titik-titik yang menggambarkan tingkat pembelian maksimum yang dilakukan oleh para konsumen pada tingkat harga tertentu dalam kondisi di mana semua faktor lain bersifat *Ceteris Paribus* atau tidak berubah. (Bilas, 1992).

Dengan berlalunya waktu kurva permintaan akan bergeser hal ini bias disebabkan karena perubahan pada harga barang itu sendiri .

Permintaan akan selalu berhubungan dengan pemasaran dimana harga suatu barang atau jumlah suatu barang tersebut ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut oleh karena itu keadaan dimana suatu pasar dikatakan dengan dalam keadaan seimbangan/ekuilibrium apabila jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual pada suatu harga tertentu adalah sama dengan jumlah yang diminta oleh para pembeli pada harga tersebut. (Sukirno. S,2008).

Elastisitas permintaan merupakan ukuran besarnya respon jumlah yang diminta dari suatu komoditi tertentu terhadap perubahan harga elastisitas itu didefinisikan sebagai persentase perubahan jumlah yang diminta dan dibagi oleh persentase perubahan harga yang menyebabkannya, elastisitas di definisikan sebagai bilangan positif yang bervariasi dan dapat bervariasi dari nol sampai tak terhingga. Elastisitas permintaan harga lebih kerap dinyatakan sebagai elastisitas permintaan yang dimana nilai perbandingan antara persentase perubahan jumlah yang diminta dengan persentase perubahan harga. (Sukirno, 2008).

Pengukuran angka elastisitas ini dapat dilakukan dengan 3 macam analisis elastisitas yaitu:

a. Elastisitas Harga Permintaan

Elastisitas harga permintaan adalah persentase perubahan dalam kuantitas yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga barang tersebut,

$$\text{Elastisitas harga (Ed)} = \frac{\% \text{ perubahan jumlah yang diminta}}{\% \text{ perubahan harga}}$$

Ada 3 kategori elastisitas harga, yaitu :

1. Permintaan bersifat elastis, apabila perubahan suatu kuantitas yang diminta melebihi perubahan harga yaitu $E_h > 1$.
2. Permintaan bersifat inelastis apabila permintaan kualitas kurang dari permintaan kualitas harga yaitu $E_h < 1$.
3. Permintaan bersifat unitary apabila persentase perubahan kualitas yang diminta persis sama dengan persentase perubahan harga dimana $E_h = 1$.

b. Elastisitas Pendapatan

Elastisitas pendapat adalah mengukur besarnya perubahan jumlah barang yang di minta sebagai akibat dari adanya perubahan pendapatan, elastisitas permintaan terhadap pendapat untuk suatu komoditi biasanya akan berubah menurut variasi tingkat pendapat.

$$E_y = \frac{\% \text{ perubahan jumlah yang diminta}}{\% \text{ Perubahan Pendapatan}}$$

Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa maka kemungkinan permintaan daging ayam broiler ikut meningkat juga. Dikarenakan masyarakat sekarang sudah mulai sadar akan kebutuhan gizi. Bagi masyarakat kalangan menengah kebawah pun dapat mengkonsumsi daging ayam ras karena daging ayam ras lebih murah dibandingkan daging ternak ruminansia. Semakin banyak jumlah anggota masyarakat atau penduduk maka akan meningkat pula permintaan suatu barang. Dengan jumlah rumah tangga yang besar maka permintaan pun akan besar.

Semakin banyak jumlah anggota masyarakat atau penduduk maka akan meningkat pula permintaan suatu barang. Dengan jumlah rumah tangga yang besar maka permintaan pun akan besar. (Pracoyo, dkk 2006).

Menurut Suharno (2012), masyarakat dapat mengkonsumsi daging ayam broiler dengan mudah ini karena distribusi ayam terdiri dari dua jalur, yaitu Jalur distribusi tradisional, yaitu dari kandang menuju pasar tradisional atau pemotongan tradisional, Jalur distribusi modern, yaitu dari kandang-pemotongan-penyimpanan ayam beku dan penjualan ayam beku. Harga Daging Ayam Broiler Sesuai dengan hukum permintaan hubungan antara harga barang dan jumlah yang diminta adalah negatif. Bila harga naik maka permintaan akan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan akan naik dengan asumsi *ceteris paribus*. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah berkebalikan. (Pracoyo dkk, 2006).

Menanggapi hal tersebut, peningkatan efisiensi ekonomi dalam kegiatan pengadaan daging ayam ras merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi supaya dapat bersaing dengan daging lainnya. Sesuai dengan fenomena pertumbuhan populasi penduduk Indonesia, yang merupakan salah satu potensi sumber daya pendukung pertumbuhan agribisnis peternakan ayam ras pedaging serta peranannya terhadap pendapatan nasional, maka sangat penting untuk Meningkatnya jumlah penduduk dan adanya perubahan pola konsumsi serta selera masyarakat telah menyebabkan konsumsi daging ayam ras pedaging secara nasional cenderung meningkat, Pencapaian kecukupan kebutuhan nutrisi terutama protein hewani pada masyarakat akan lebih efisien apabila dilakukan dengan

meningkatkan konsumsi pangan yang bersumber dari komoditi peternakan khususnya daging ayam ras pedaging. Daging ayam ras mengandung komposisi nilai gizi yang baik dan sebagai sumber bahan makanan yang mengandung protein hewani. Daging ayam ras juga mengandung vitamin-vitamin yang sangat diperlukan bagi kesehatan dan pertumbuhan manusia, Di sisi lain yang menyebabkan peningkatan permintaan daging ayam ras pedaging dikarenakan harga daging ayam ras dapat dijangkau oleh konsumen dengan taraf ekonomi menengah sampai taraf ekonomi atas (Pracoyo dkk 2006).

Daging banyak dikonsumsi oleh masyarakat karena mempunyai rasa yang enak dan kandungan zat gizi yang tinggi. Salah satu sumber daging yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah ayam. Daging ayam memberikan sumbangan yang sangat besar bagi tercukupinya kebutuhan protein hewani. Sekitar 62% konsumsi daging nasional berasal dari daging ayam. (Hidayat, 2013)

Aspek agribisnis komoditas ayam ras pedaging masyarakat dapat mengkonsumsi daging ayam ras dengan mudah ini karena distribusi ayam terdiri dari dua jalur, yaitu Jalur distribusi tradisional, yaitu dari kandang menuju pasar tradisional atau pemotongan tradisional, Jalur distribusi modern, yaitu dari kandang-pemotongan-penyimpanan ayam beku dan penjualan ayam beku (Suharno, 2012)

D. Pengertian Pasar dan Jenis - Jenis Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat orang bertansaksi menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk mendapatkan imbalan uang. konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi. Transaksi terjadi jika ada kesepakatan antara penjual dan pembeli. (syawal, 2012).

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. (Devi, 2011).

2. Jenis – Jenis Pasar

a. Pasar nyata

Pasar nyata adalah pasar dimana barang-barang akan diperjual belikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contohnya pasar tradisional dan setral (pasar terminal).

Pasar Tadisional adalah pasar yang bersifat tradisional yang dimana para penjual dapat membeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung, barang-barang yang dijual belikan adalah barang-barang yang berupa kebutuhan pokok. (liquidred, 2011).

Pasar tradisional diartikan sebagai tempat berkumpulnya sejumlah penjual dan pembeli dimana terjadi transaksi jual beli barang-barang yang ada disana. Proses perpindahan hak milik barang terjadi setelah penjual dan pembeli mencapai kesepakatan harga, pasar yang demikian disebut juga pasar konkret/sandang. Permintaan pasar internasional pada tahun 2000an tidak hanya mencakup daging dada, tetapi juga paha (leg quarters) dan cakar, terutama di Asia. Sebanyak 20% daging ayam dari Amerika Serikat diekspor ke berbagai negara. Konsep HACCP (*hazard snalysis and vritical control points*) mulai dikembangkan sejak 26 Januari 1998 untuk mengatur mengenai keamanan pangan dari aspek produksi, restoran, dan industri penyedia pangan (Poultry dkk2009).

Pasar sentral ini sering juga disebut pasar terminal (terminal market/primary market) merupakan pusat-pusat perdagangan. Pasar ini umumnya menerima barang-barang dari pasar local, namun adapula yang langsung dari petani. Biasanya pasar ini dijumpai di kota-kota besar atau di tempat-tempat ke pablik pengolahan, sebagai lainnya kepada pedagang

perantara enceran untuk konsumsi local dan sebagai besar dikirim ke kota-kota lain untuk dijual kepada pedagang enceran di kota tersebut. (Dwiade, 2008).

b. Pasar Tidak Nyata (abstrak)

Pasar tidak nyata (abstrak) adalah pasar dimana para pedagang tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja contohnya pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valutan asing.

Pasar Modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri tempat berlangsungnya pasar ini di mall, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya. (liquidred, 2011).

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern yang dimana barang dagangannya diperjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktivitas tawar menawar dan dengan layanan yang baik. Keunggulan pasar ini yaitu tempatnya bersih dan nyaman, pasar modern tidak hanya menjual kebutuhan sandang dan pangan saja, pasar tersebut juga menjual kebutuhan pokok dan sebagian besar barang dagangan yang dijualnya memiliki kualitas yang baik. Contoh tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mall, plaza, swalayan dan tempat-tempat berbelanja lainnya, tentunya tempatnya bersih dan nyaman. Definisi pasar modern yang lain adalah pasar ini penjual dan konsumen tidak melakukan

transaksi secara langsung, melainkan konsumen melihat label harga yang sudah tertera pada barang, pasar ini berada dalam ruangan dan juga pelayanannya dilakukan secara swalayan atau bisa juga dilayani oleh pramuniaga. Barang yang dijual umumnya memiliki kualitas yang baik. (Sora, 2015).

E. Pola Komsumsi

Keputusan membeli ayam pada konsumen dipengaruhi oleh berbagai hal baik langsung maupun tidak langsung. Beberapa hal yang mempengaruhi pembelian daging ayam menurut Rasyaf (1996) antara lain:

1. Perubahan penghasilan konsumen Pengaruh terbesar dari pembelian daging ayam adalah pendapatan atau penghasilan konsumen itu sendiri. Semakin besar penghasilan akan semakin leluasa konsumen mengatur dan membeli segala kebutuhannya dan semakin ingin seseorang untuk makan enak. Perubahan penghasilan konsumen tidak selalu diiringi dengan perubahan sikap untuk membeli lebih banyak barang yang bersangkutan. Hal ini terutama tergantung pada jenis barang tersebut. Pada pembelian daging ayam dengan meningkatnya penghasilan konsumen akan meningkatkan volume pembelian daging ayam.

2. Perubahan selera konsumen

Selera konsumen dapat mempengaruhi pemilihan konsumen akan daging ayam. Pada tahun enam puluhan di Indonesia selera konsumen masih lekat dengan ayam kampung. Namun, di awal tahun delapan puluhan saat diperkenalkan, ayam *broiler* yang menggunakan konsep pengolahan yang baik

langsung memperoleh simpati masyarakat walaupun bertahap. Faktor perubahan selera itulah yang menjadi penyebabnya. Bila dahulu ayam *broiler* yang laku hanya yang kecil, kini mulai berubah dengan ayam *broiler* yang gemuk-padat.

3. Perubahan harga

Harga dapat mempengaruhi permintaan konsumen. Tinggi rendahnya harga ayam akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli daging ayam. Perubahan harga ayam sangat responsif terhadap perubahan keputusan konsumen untuk membeli ayam. Artinya, sedikit saja perubahan naik-turun harga ayam akan mengubah keputusan konsumen untuk membeli atau menggantinya dengan hasil ternak lain.

4. Perubahan jumlah konsumen

Perubahan jumlah konsumen menentukan jumlah permintaan. Dengan naiknya jumlah konsumen di suatu wilayah secara tidak langsung jumlah konsumen di suatu wilayah itu pun bertambah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu bulan Juni sampai Juli 2016. Tempat Penelitian di pasar Sungguminasa Kecamatan Somba Opu dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu di Kabupaten Gowa.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu pedagang ayam ras yang ada di Pasar Tradisional Minasa Maupa Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Yang berjumlah 30 orang pedagang. Penentuan jumlah sampel secara *Sensius*. Uji seluruh populasi menjadi *Sampel* sehingga sampel berjumlah 30 orang pedagang.

C. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. yang menjelaskan tentang hubungan kausal antara variabel independen usaha yaitu Pedagang Ayam Ras Pedaging dipasar Sungguminasa Kecamatan Somba Opu dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu di Kabupaten Gowa.

D. Defenisi Operasional

Kabupaten Gowa adalah nama salah satu kabupaten dalam wilayah propinsi sulsel, yang merupakan lokasi penelitian dilaksanakan.

Kecamatan Somba Opu adalah salah satu kecamatan dalam wilayah kabupaten Gowa.

Pasar tradisional sungguminasa adalah tempat penelitian yang dimana tempat tersebut dimana konsumen berbelanja.

Ayam Ras pedaging merupakan salah satu komoditas yang tergolong paling populer dalam dunia agribisnis peternakan di Indonesia. Sampai saat ini, Ayam Ras Pedaging merupakan usaha peternakan yang berkembang paling menakjubkan. Sejak dikembangkan secara lebih intensif di masa awal orde baru, Ayam Ras Pedaging telah menggeser komoditas-komoditas ternak lainnya dalam memenuhi kebutuhan protein asal ternak.

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli daging ayam ras, dalam hal ini adalah bauran permintaan konsumen.

Permintaan konsumen adalah jumlah ekor ayam yang dibeli konsumen setiap hari, minggu atau setiap bulan yang akan menjadi tambahan makanannya

Pengetahuan konsumen adalah informasi yang telah diperoleh konsumen dari berbagai sumber, apakah harga ayam naik atau turun sehingga konsumen dapat berbelanja di pasar tradisional tersebut.

E. Sumber Data

a. Data primer

Data primer yaitu data yang bersumber dari hasil wawancara langsung dengan pedagang, yang meliputi harga ayam perekor, berat ayam perekor, dan satuan yang terjual setiap hari.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang bersumber dari instansi terkait misalnya dari laporan-laporan dinas peternakan, Badan pusat statistik yang berupa data populasi data ternak ayam pedaging dan dari perpustakaan lainnya.

F. Pengumpulan Data

Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian dan aktivitas pedagang ayam broiler di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu di Kabupaten Gowa.

Wawancara yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan pedagang Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional yang ada di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

G. Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisa deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi penjualan ayam pedaging dan tingkat keuntungan dan permintaan konsumen dipasar Tradional Kecamatan Sombo Opu Kabupaten Gowa dengan menggunakan uji korelasi Spearman menggunakan SPSS (*statistic package for the social sciences*).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

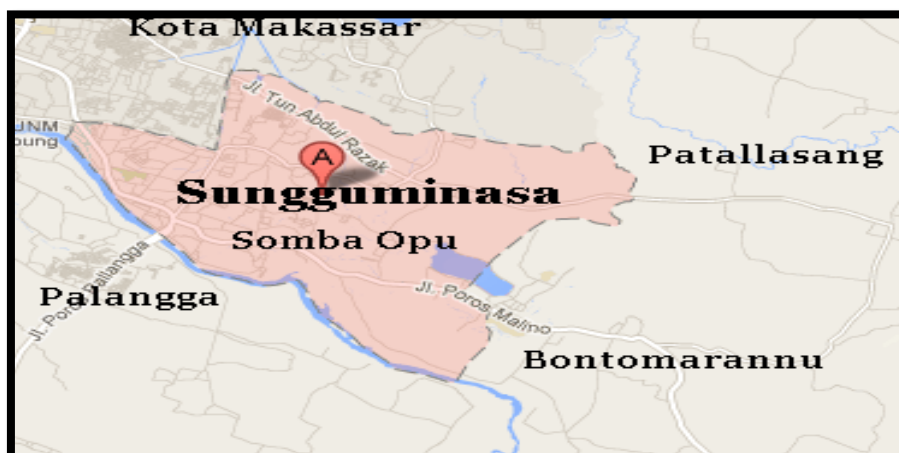
1. Kondisi Geografis Kabupaten Gowa

Kabupaten Gowa berada pada 119,3773^o Bujur Barat dan 120,0317^o Bujur Timur serta 5,0829342862^o Lintang Utara dan 5,577305437^o Lintang Selatan; dimana wilayahnya terletak di bagian selatan Provinsi Sulawesi Selatan dengan luas wilayah 1.883,33 km², atau setara dengan 3,01% dari luas Provinsi Sulawesi Selatan. Keadaan geografis wilayah Kabupaten Gowa terdiri atas dataran tinggi seluas 1.509,87 km² atau setara dengan 80,17% yang meliputi Sembilan Kecamatan yakni Parangloe, Manuju, Tinggimoncong, Tombolo Pao, Parigi, Bungaya, Bontolempang, Tompobulu dan Biringbulu. Sedangkan dataran rendah seluas 373,46 km² atau setara dengan 19,83% yang juga terdiri dari sembilan Kecamatan yaitu Bontonompo, Bontonompo Selatan, Bajeng, Bajeng Barat, Pallangga, Barombong, Somba Opu, Bontomarannu dan Pattallassang. Wilayah administrasi Kabupaten Gowa pada tahun 2013 terdiri dari 18 Kecamatan, 122 Desa dan 45 Kelurahan yang berbatasan dengan 8 (delapan) kabupaten/kota yaitu sebelah utara: Berbatasan dengan Kota Makassar dan Kabupaten Maros. Sebelah timur: Berbatasan dengan Kabupaten Sinjai, timur Kabupaten Bulukumba dan Kabupaten Bantaeng. Sebelah selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Takalar dan Kabupaten

Jeneponto. Sebelah barat : Berbatasan dengan Kabupaten Takalar dan Kota Makassar.

Secara umum Kabupaten Gowa beriklim tropis dengan temperature 27,125°C dimana dapat ditemui daerah beriklim basah dan kering, dengan ketinggian 5 – 1300 meter diatas permukaan laut. Seperti halnya dengan daerah lain di Indonesia, di Kabupaten Gowa hanya dikenal dua musim, yaitu musim kemarau dan musim hujan. Biasanya musim kemarau dimulai pada Bulan Juni hingga September, sedangkan musim hujan dimulai pada Bulan Desember hingga Maret. Keadaan seperti itu berganti setiap setengah tahun setelah melewati masa peralihan, yaitu Bulan April-Mei dan Oktober-Nopember.

Curah hujan di Kabupaten Gowa yaitu 237,75 mm dengan suhu 27,125°C. Curah hujan tertinggi yang dipantau oleh beberapa stasiun/pos pengamatan terjadi pada Bulan Desember yang mencapai rata-rata 676 mm, sedangkan curah hujan terendah pada Bulan Juli - September yang bisa dikatakan hampir tidak ada hujan.



Sumber : webside kabupaten gowa

2. Keadaan Penduduk

Data BPS Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kabupaten pada Tahun 2015 adalah sebesar 652.941 jiwa, yang tersebar di 18 Kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar yakni Kecamatan Sombaopu dengan penduduk 130.287 jiwa, dan terkecil di Kecamatan Parigi dengan jumlah penduduk 13.089 jiwa.

Kepadatan penduduk di Kabupaten Gowa pada tahun 2015 adalah 374 km². Angka kepadatan penduduk tersebut bervariasi pada setiap kecamatan yang ada. Penduduk yang terpadat adalah terdapat di Kecamatan Sombaopu dengan luas wilayah sebesar 28,09 km² dihuni oleh 130.126 jiwa penduduk, memiliki kepadatan 4.638 jiwa/km². Sedangkan kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk sangat rendah adalah Kecamatan Parangloe yaitu 75 jiwa/km². Angka tersebut berada jauh di bawah kepadatan penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan. Penduduk Kabupaten Gowa mayoritas beragama Islam yang memiliki jiwa dan semangat kebersamaan dan kegotongroyongan dilandasi pada ketaatan dalam melaksanakan ajaran dan nilai-nilai agama.

Kecamatan Somba Opu juga merupakan kecamatan yang paling banyak penduduknya untuk wilayah perkotaan, yakni sebanyak 130.126 orang dimana jumlah penduduk laki-laki sebesar 64.442 orang dan perempuan sebesar 65.684.,Kecamatan Somba Opu tercatat sebagai kecamatan yang paling tinggi tingkat kepadatan penduduknya yakni sebanyak 4.632 orang/km².Laju pertumbuhan penduduk Kecamatan Somba Opu adalah yang tertinggi dibandingkan Kecamatan lain di Kabupaten Gowa yakni sebesar 4,07

persen, Kecamatan Somba Opu memiliki rata-rata anggota rumah tangga terbesar sebanyak 4,65 orang dari total jumlah rumah tangga yakni 28.002 KK.

3. Gambaran Pasar Tempat Penelitian

a. Pasar Minasa Maupa (pasar tradisional gowa).

Pasar minasa maupa merupakan pasar tradisional di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa dimana pasar minasa maupa terletak di jl.swadaya, sebelah barat dari jalan malino, sebelah utara dari jalan ke Takalar, dan sebelah timur dari arah jalan menuju Makassar. Pasar minasa maupa adalah pasar yang terbesar di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa, pasar ini buka mulai dari jam 04.00 sampai 19.00 WITA, Barang-barang yang dijual beraneka ragam diantaranya kebutuhan pokok seperti sayur-mayur, ikan, bumbu masak, alat masak, buah , pakaian, sandal, sepatu lain-lain. Pedagang ayam yang di jualan dipasar ini 24 orang, kiornya bermacam – macam ada kios penjual ayam di jalan masuk pasar sekitar 6 kios kemudian 18 kiosnya berada di lantai paling bawah pasar, lantai paling bawah khusus penjual ayam, harga daging ayam mulai dari Rp.28.000 sampai Rp.40.000 perekorannya pada hari biasa dan pada saat menjelang hari keagamaan (Idul Fitri) naik dua kali lipat dari harga biasanya. sebagian konsumen yang berbelanja disini bukan hanya untuk keperluan konsumsinya saja, melainkan untuk di perjual belikan kembali, pedagang ayam yang ada dipasar minasa maupa ini bekerja sama dengan cv perusahaan jadi ayam yang dijual dipasar minasa maupa ini langsung dari perusahaan oleh karena itu harga ayam ras pedaging yang dijual di

pasar minasa maupa ini lebih terjangkau dan lebih murah di banding pasar yang lain.



Gambar 2: Pasar Minasa Maupa (Pasar Tradisional) dari bagian luar pintu masuk.
Sumber : Data primer, 2016.



Gambar 3: Los pedagang ayam ras pedaging Dipasar Minasa Maupa (Pasar Tradisional).
Sumber : Data primer, 2016.

b. Pasar Sentral Sungguminasa

Pasar sentral pasar ini terletak di jalan KH Wahid Hasimhanya saja dipasar ini letaknya 25 meter dari pasar minasa maupa ini penjualan ayamnya mulai dari jam 05.00 sampai jam 10.00 WITA saja maka dari itu pasar sentral Sungguminasa ini biasa disebut pasar pagi. Pasar sentral ini

memiliki kelebihan dari pasar minasa maupa karena di pasar ini toko – toko besar seperti toko bangunan, toko alat rumah tangga, rumah makan, salon, bengkel, dan lain–lain . Di pasar sentral ini dominan toko baju, Sarana jalan yang dimiliki pasar ini baik dan lancar untuk dilewati. Angkutan umum yang biasa melewati pasar ini cukup variatif yaitu angkutan umum kota (pete–pete) dan bentor (becak motor). Lokasi penjualan ayam dipasar sentral sungguminasa ini terletak di sebelah kiri pasar penjual ayam di pasar sentral Sungguminasa ini sedikit hanya 9 orang saja akan tetapi harga mulai dari Rp.28.000 sampai Rp.40.000 perekornya pada hari biasa dan pada saat menjelang hari keagamaan (Idul Fitri) naik dua kali lipat dari harga biasanya.karena pasar setral ini biasa juga disebut Pasar Terminal. Umumnya pasar Setral ini menerima barang–barang dari pasar local, namun adapula yang langsung dari petani. Dan sebagai sarana perbelanjaan pusat bagi masyarakat yang tinggal yang tinggal di daerah.



Gambar 4 : Pasar Sentral Sungguminasa dari bagian luar pintu masuk.
Sumber : Data primer, 2016.



Gambar 5 : Los pedagang ayam ras pedaging di Pasar Sentral Sungguminasa

Sumber : Data primer, 2016.

Pasar Minasa Maupa Jelang (Idul Fitri) 1437 H yang jatuh pada tanggal 6 juli 2016 Pasar Tradisioal Minasa Maupa Sungguminasa Kabupaten Gowa buka hingga pukul 23.00 wita malam dan pasar tradisional terbesar di Gowa itu akan dibuka hingga malam lebaran.

Menurut salah satu pedagang dipasar Tradisional Hj.Puji Bulan Ramadan selalu membawa berkah bagi siapa saja. Termasuk penjual ayam potong di Pasar Tradisional Minasa Maupa Sungguminasa. Ia mengaku bisa menjual ayam potong hingga 4000 ayam dalam sehari. Menjelang Ramadan memang banyak pembeli. Jika dibandingkan dengan hari sebelum Ramadan, Hj.Puji hanya bisa menghabiskan sekitar 500 ayam potong. Selain itu, harga ayam potong juga naik, dari Rp 40.000 ke Rp 45.000 perpotong.

Menurut Rosma Dg.Tanning salah satu pedagang di Pasar Sentral (pasar pagi) yang permintaan ayamnya cukup besar dibandingkan dengan hari biasa, ini juga diungkapkan salah satu pedagang penjualannya pada menjelang hari keagamaan ini sangat meningkat biasanya laku hingga 30 ekor perhari dan Pasar pagi ini kadang sampai jam 12.00 WITA sangat berbeda pada hari biasa yang

biasanya habis terjual hanya 10 sampai 15 ekor saja dan pasarnya sampai jam 10.00 WITA. (19/6/2015).

B. Karakteristik Responden

Karakteristik respon menguraikan dan memberikan gambaran mengenai identitas pedagang dalam penelitian ini. Adapun karakteristik pedagang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin seseorang merupakan salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi pedagang. Penelitian ini menggunakan 30 pedagang sebagai sampel. Dibawah ini akan disajikan karakteristik pedagang ayam ras pedaging berdasarkan jenis kelamin yaitu sebagai berikut :



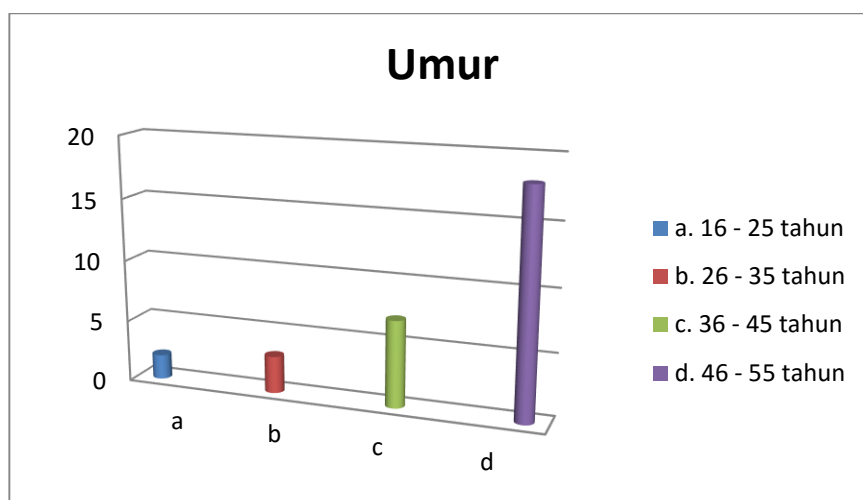
Grafik 1 : Jenis kelamin Responden

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016.

2. Umur

Dalam kegiatan usaha sangat membutuhkan umur yang tergolong produktif dalam melakukan usaha peternakan, Menurut Barthos (2011), tingkat umur Produktif yaitu 15-64 sedangkan umur yang tidak produktif,

pedagang diharapkan mampu mencapai puncak proktifitas untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya dalam berusaha khususnya pedang ayam ras pedaging. Hal ini disebabkan untuk bekerja diperlukan kondisi tubuh yang sangat sehat dan pemikiran yang matang. Untuk lebih jelasnya grafik berikut ini akan memperlihatkan karakteristik pedagangan tingkatan umur.

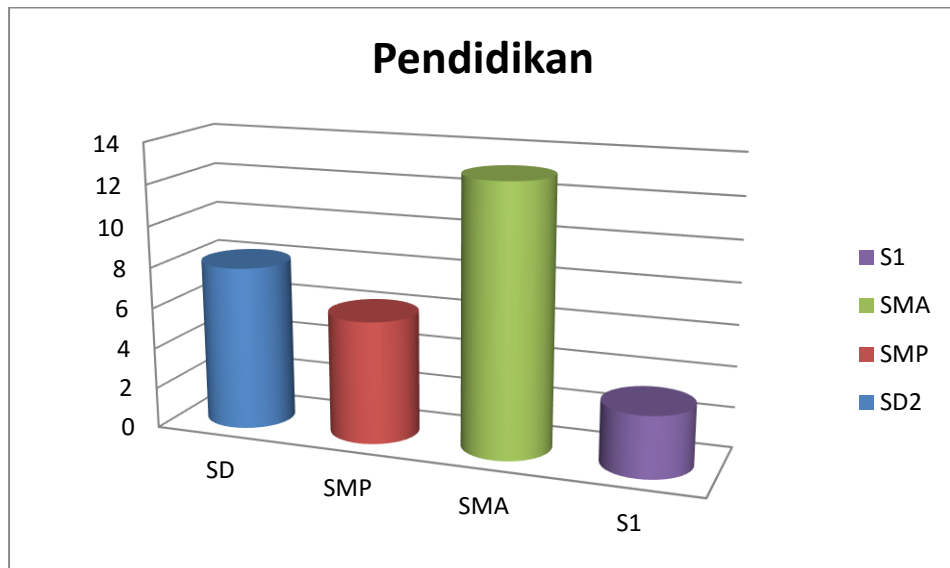


Grafik 2 : Umur Responden

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

3. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang merupakan pembelajaran yang menggambarkan perubahan dalam tingka laku individual yang muncul dari proses pendidikan yang dijalani (pengalaman). Pendidikan seseorang sangat mempengaruhi pilihannya, apabila pendidikan konsumen tinggi maka akan lebih memilih barang yang lebih berkualitas baik, tingkat pendidikan dapat dilihat dari pendidikan terakhir konsumen.



Geafik 3 : Pendidikan Responden

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

C. *Permintaan secara umum*

Permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan adalah jumlah barang/jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dan pada waktu tertentu.

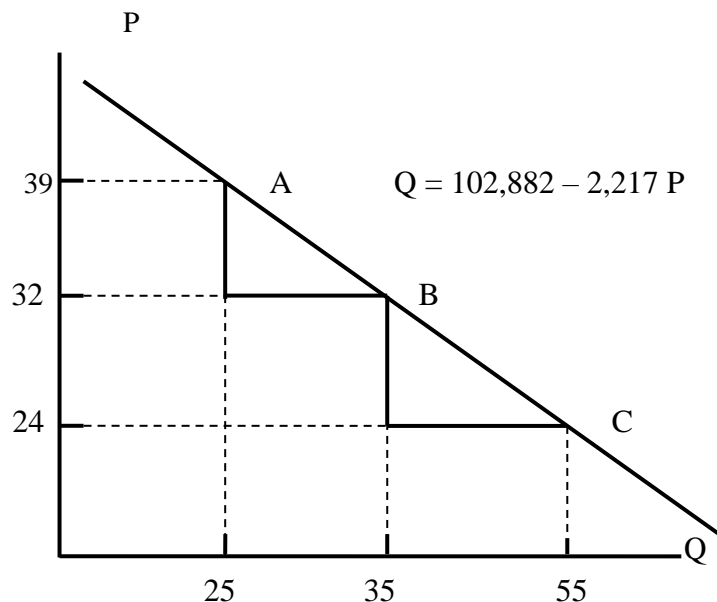
Hukum permintaan (*the law of demand*) adalah pada hakikatnya makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, hukum berlaku dengan catatan ceteris paribus, semua terjadi karena semua ingin kepuasan (keuntungan) sebesar-besarnya dari harga yang ada. (hanin, 2015).

Apabila harga terlalu tinggi maka pembeli mungkin akan membeli sedikit karena uang yang dimiliki terbatas, namun bagi penjual dengan tingginya harga ia akan mencoba memperbanyak barang yang akan dijual dengan tingginya tingginya harga ia akan mencoba memperbanyak yang dijual atau diproduksi agar keuntungan yang didapat semakin besar. Harga tinggi juga bias menyebabkan

konsumen atau pembeli akan mencari produksi lain sebagai pengganti barang yang harganya mahal.

D. Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging Pada Hari Biasa

Daging ayam ras adalah daging yang familiar di sukai banyak kalangan mulai dari anak – anak sampai orang dewasa, kebanyakan konsumen lebih memilih membeli daging ayam ras pedaging dibanding daging ruminansia, dikarenakan harga daging ayam ras pedaging lebih murah di banding harga daging sapi, kuda, dan kambing, permintaan daging ayam ras pedaging umumnya harganya naik turun pada hari biasa Harga daging ayam broiler cenderung meningkat sepanjang tahun, namun kecenderungan peningkatan harga ini selalu diikuti oleh penurunan permintaan daging ayam broiler. Meningkatnya harga biasanya permintaan konsumen menurun. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dari kurva di bawah ini :



Gambar 6, Kurva 1 : Permintaan pada saat Hari Biasa
Sumber : Data primer setelah diolah, 2016.

Keterangan kurva ;

P	Q	Titik
39	25	A
32	35	B
24	55	C

$$Q_{\text{minimum}} = 103 - 2(24)$$

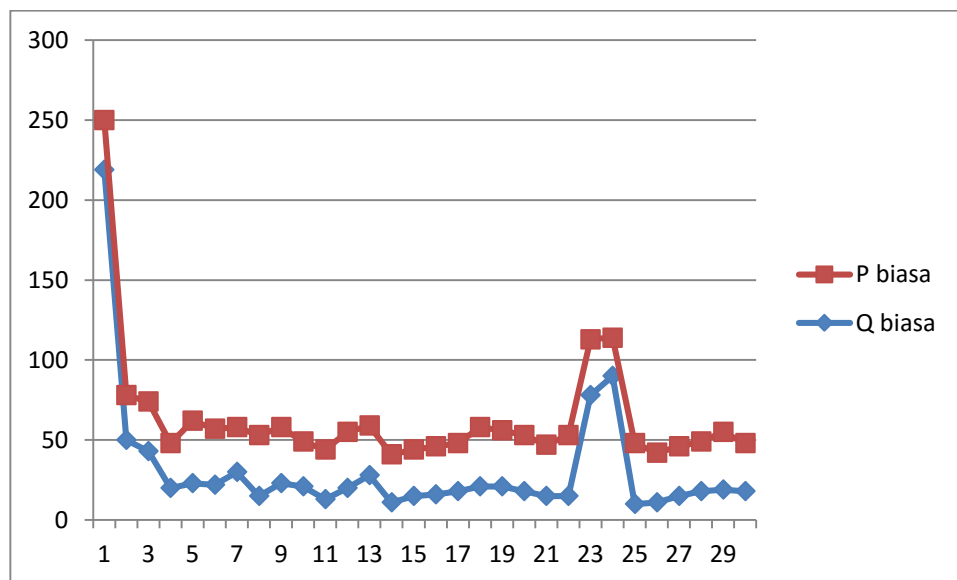
$$103 - 48 = 55$$

$$Q_{\text{Maximum}} = 103 - 2(39)$$

$$= 103 - 78 = 25$$

$$Q_{\text{Mean}} = 103 - 2(32)$$

$$= 103 - 64 = 35$$



Grafik 1 : Permintaan Pada Saat Hari Biasa

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Pada kurva dan tabel diatas menjelaskan permintaan daging ayam ras pedaging pada saat hari biasa dengan harga Rp.24.000 maka permintaan 55, harga Rp.39.000 maka permintaan 25, jika harga Rp.32.000 maka permintaan 35 dan konstantanya $Q = 102,882 - 2,217$ hal ini dikarenakan, naiknya harga menyebabkan turunnya daya beli konsumen dan akan berakibat berkurangnya jumlah permintaan. Naiknya harga ayam akan menyebabkan konsumen mencari pengganti yang lebih murah seperti telur dan ikan.

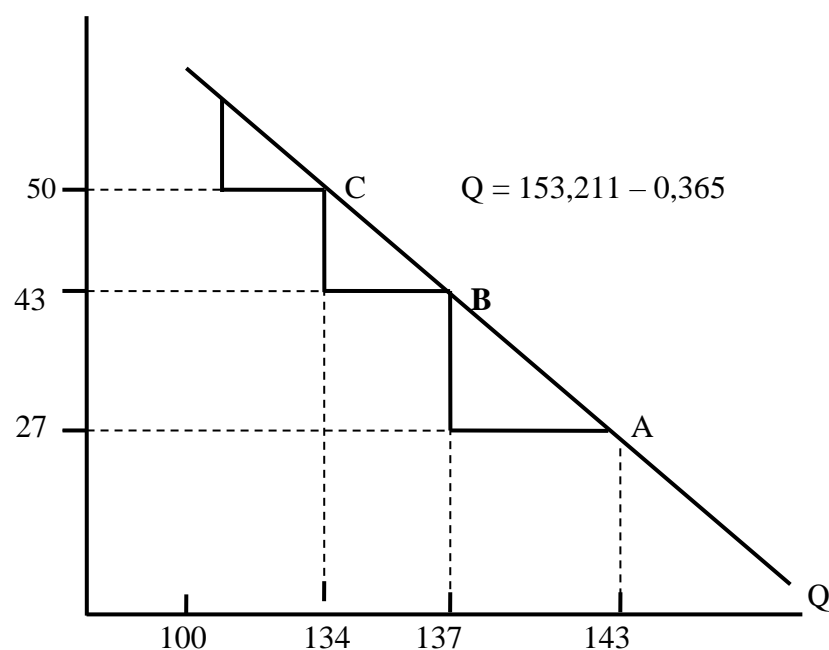
Hal ini sesuai dengan hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Dengan demikian hukum permintaan berbunyi: Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta.

Apabil harga naik maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan, dan apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan ". Dalam hukum permintaan jumlah barang yang diminta akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang diminta (Prasetyo, 2013).

G. Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging pada hari Keagamaan (Idul Fitri).

Ayam ras pedaging atau biasa disebut sebagai ayam broiler merupakan salah satu sumber protein hewani yang semakin banyak dikonsumsi oleh masyarakat dewasa ini. Permintaan akan daging ayam broiler ini cenderung lebih

besar dibandingkan dengan ayam ternak lainnya terutama pada hari besar keagamaan. Permintaan daging ayam ras pedaging pada saat hari keagamaan seperti (Idul Fitri) sangat meningkat umumnya harga ayam selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan, baik itu untuk harga ayam ras pedaging (Broiler) maupun harga ayam kampung. Menurut dari informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber terpercaya, harga ayam ras pedaging di beberapa pasar baik pasar tradisional Maupun Pasar Sentral (pasar pagi) yang ada di Sungguminasa Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa masih terbilang cukup tinggi yaitu berkisar antara Rp.35.000 hingga Rp.50.000 per ekornya. Permintaan daging ayam ras pedaging saat hari keagamaan sangat meningkat dari hari biasa, harga yang sangat tinggi tidak terlalu mempengaruhi permintaan konsumen untuk lebih jelasnya bisa dilihat dari kurva di bawah ini :



Gambar 7, Kurva 2 : Permintaan Pada Saat Hari Keagamaan (Idul Fitri)
 Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Keterangan kurva :

P	Q	Titik
50	134	C
43	137	B
27	143	A

$$Q.\text{minimum} = 153 - 0,37 (27)$$

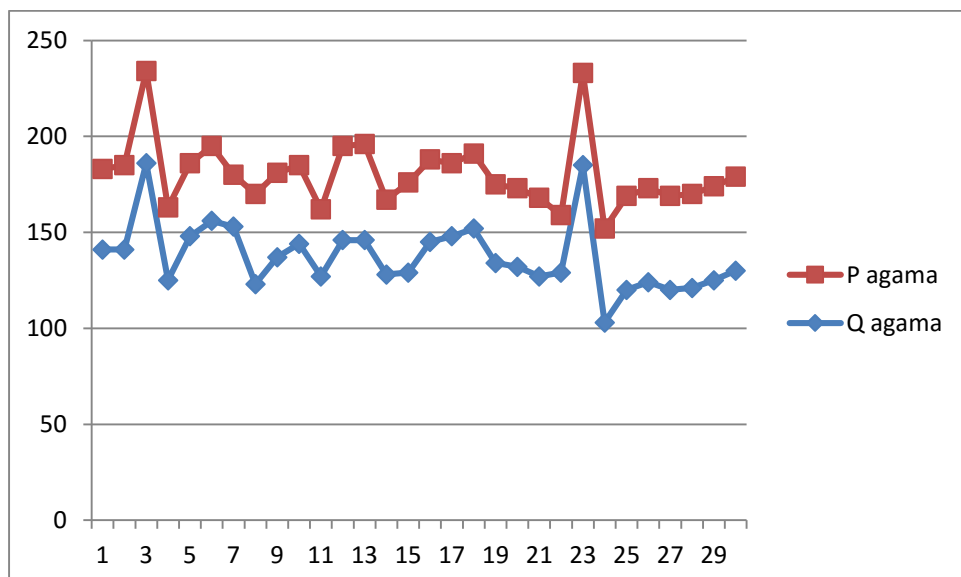
$$153 - 10 = 143$$

$$Q \text{ Maximum} = 153 - 0,37 (50)$$

$$= 153 - 18,5 = 134,5$$

$$Q \text{ Mean} = 153 - 0,37 (43)$$

$$= 103 - 16 = 137$$



Grafik 2 : Permintaan Pada Saat Hari Keagamaan (Idul Fitri)

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Pada kurva diatas menjelaskan permintaan daging ayam ras pedaging pada saat hari keagamaan (idul fitri) dengan harga Rp.27.000 maka permintaan 143, harga Rp.50.000 maka permintaan 134, jika harga Rp.43.000 maka permintaan 137 dan konstantanya $Q = 153,211 - 0,365$ jadi permintaan daging ayam ras pedaging pada hari keagamaan sangat meningkat, kenaikan harga tidak terlalu mempengaruhi permintaan konsumen, harga daging ayam ras pedaging pada saat hari keagamaan tidak naik turun melainkan tambah naik 1 minggu menjelang hari keagamaan.karena daging ayam adalah salah satu lauk utama untuk hidangan lebaran dan yang paling disukai kebanyakan orang, daging ayam selalu ada pada acara – acara tertentu baik acara kecil maupun acara besar.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh devi mustika supriyani bahwa, tingkat inflasi mengalami peningkatan yang cukup tinggi pada saat menjelang Bulan Ramadhan. Dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat pada saat menjelang hari raya cenderung meningkat karena sebagian besar masyarakat muslim berbondong-bondong membeli segala keperluan untuk hari raya. Salah satu produk yang banyak diburu adalah makanan dan pakaian. Salah satunya daging ayam untuk konsumsi menjelang Idul Fitri tahun 2009 naik 5,2 persen dari sebelumnya sedangkan pakaian naik hingga 4,8 persen dari sebelumnya

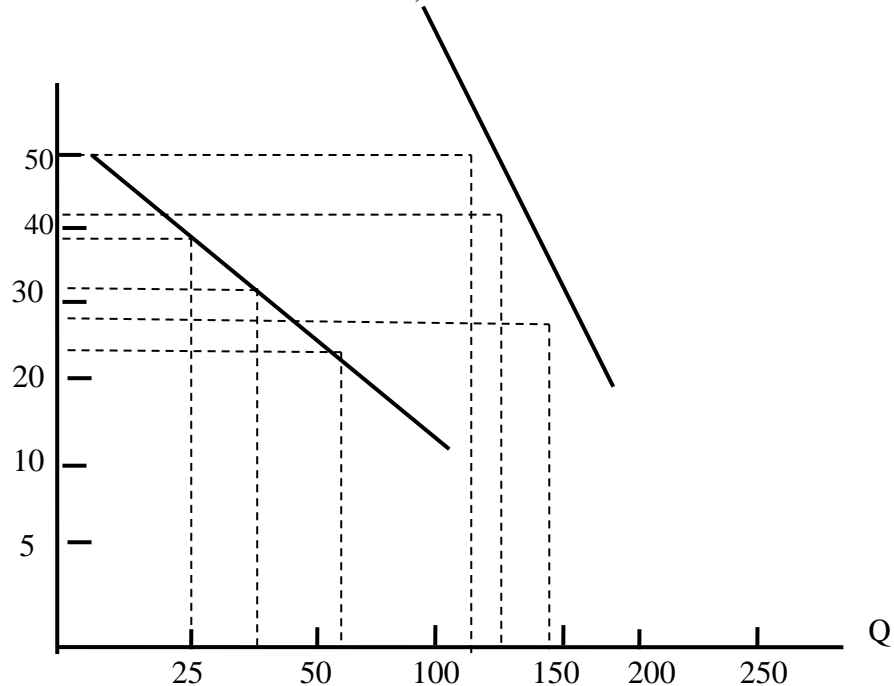
H. Perbedaan Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging pada hari keagamaan (Idul Fitri) dan hari biasa.

Permintaan daging ayam ras pedaging pada hari keagamaan (Idul Fitri) dan pada hari biasa sangat berbeda, untuk lebih jelasnya biasa dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 1 : Hasil uji Wilcoxon Perbedaan antara Permintaan pada Hari Biasa dan Hari Keagamaan (Idul Fitri).

	N	Keterangan
Jum_Hari_Agama<Jum_Hari_Biasa	1 ^a	Jumlah dan harga di hari Keagama lebih besar dari hari biasa dari 30 sampel .constant harga Q= 153.211-.365 P dengan harga rata-rata Rp.43.066 Sig .000
Jum_hari Agama >Jum_Hari_Biasa	29 ^b	
Jum_Hari_Agama=Jum_Hari_Biasa	0 ^c	
	30	
Harga_Hari_Agama<Harga_Hari_Biasa	3 ^d	Jumlah dan Harga di hari Biasa lebih Kecilr dari hari keagamaan degan 30 sampel .constant harga Q= 102.882-.2.217 P dengan harga rata-rata Rp.31.200 Sig .119
Harga_Hari_Agama>Harga_Hari_Biasa	27 ^e	
Harga_Hari_Agama=Harga_Hari_Biasa	0 ^f	
	30	

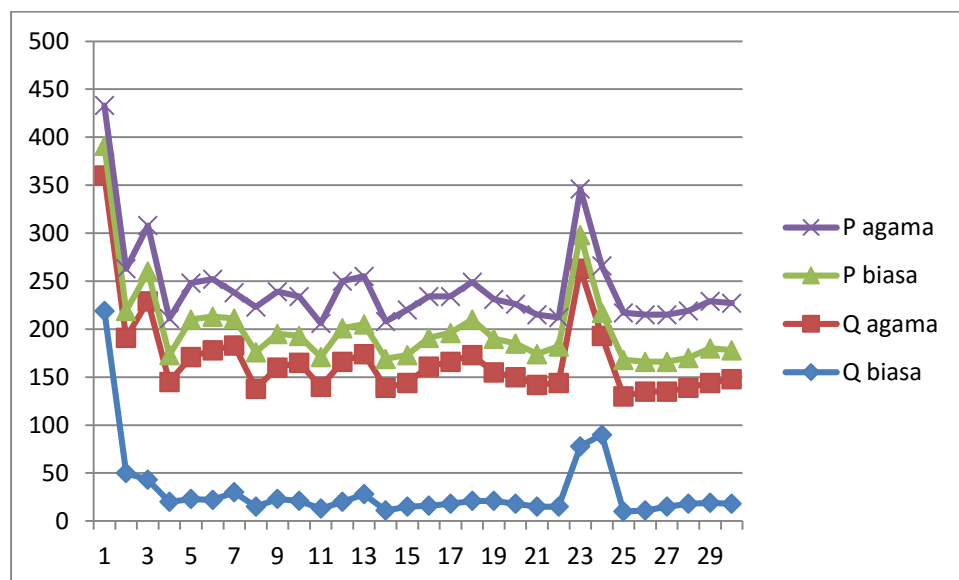
Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.



Gambar 8, Kurva 3 : Pergeseran Permintaan Pada Hari Biasa Ke Hari Keagamaan (Idul Fitri)

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Dari tabel dan kurva diatas dapat diketahui bahwa jumlah permintaan ayam ras pedaging pada hari keagamaan lebih tinggi dari permintaan hari biasa dan harga ayam ras pedaging lebih tinggi di bandingkan dengan harga ayam ras pedaging pada hari biasa. Hal ini kerenakan Dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat pada saat menjelang hari keagamaan cenderung meningkat, umat islam yang menjalankan puasa, pada saat hari keagamaan (Idul Fitri) setiap hari melakukan acara buka puasa dan sahur bersama, daging ayam ras pedaging yang merupakan salah satu menu lauk makanan yang utama, maka dari itu konsumen tidak terpengaruh masalah harga naik daging. sedangkan pada hari biasa konsumen cenderung lebih lebih memperhatikan harga dibanding permintaan. Hal ini juga bisa dilihat pada grafik perbedaan antara permintaan pada hari keagamaan (Idul Fitri) dan pada hari biasa.



Grafik 3 : Perbedaan Perrmintaan pada saat Hari biasa dan Keagamaan (Idul Fitri)

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016.

Pada grafik diatas dapat dilihat bawa permintaan pada hari keagamaan (Idul Fitri) lebih tinggi dibanding permintaan pada hari biasa. Hal ini sesuai dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riana (2014), salah satu faktor yang menyebabkan permintaan konsumen meningkat drastis terhadap daging ayam ras pedaging. Tetapi hal itu tergantung pada perilaku, perkiraan harga dan penghasilan konsumen, karena keinginan dan kemampuan tiap konsumen berbeda, Namun meskipun begitu permintaan ayam ras pedaging pada hari raya sangat meningkat. Permintaan yang tinggi dari konsumen menyebabkan terjadinya peningkatan harga, sehingga produsen lebih banyak lagi menawarkan ayam ras pedaging pada berbagai tingkat harga. Model ini sangat penting untuk melakukan analisis ekonomi mikro terhadap perilaku para pembeli dan penjual, serta interaksi mereka di pasar. Ia juga di jadikan tolak ukur dari berbagai model dan teori lainnya. Teori ini memperkirakan bahwa dalam satu pasar yang kompetitif, harga akan menjadi penyeimbang di pasaran antara kualitas yang di minta oleh konsumen dan kualitas yang di tawarkan produsen . Hingga akan terciptalah keseimbangan antara harga dan kualitas suatu barang tersebut. Harga keseimbangan daging sapi terbentuk karena bertemunya permintaan dan penawaran pada suatu titik yang disebut titik equilibrium, namun sebelum terbentuknya harga keseimbangan tersebut, pasar mengalami kelebihan permintaan ayam ras pedaging dan kelebihan penawaran ayam ras pedaging harga keseimbangan dan lebih murah dari harga daging sapi atau disebut juga harga pasar adalah harga yang terbentuk pada tingkat dimana jumlah yang diinginkan penjual maupun pembeli adalah sama. Model ini mengakomodasi kemungkinan

adanya faktor-faktor yang dapat mengubah keseimbangan, yang kemudian akan di tampilkan dalam bentuk terjadinya pergeseran dari permintaan atau penawaran.

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Permintaan konsumen ayam ras pedaging pada saat Hari Keagamaan (Idul Fitri) lebih tinggi dibandingkan pada Hari Biasa $Q_A = 153,211 - 0,365 > Q_B = 102,882 - 2,217$,
2. Harga ayam ras pedaging pada saat Hari Keagamaan (Idul Fitri) lebih tinggi dibandingkan pada Hari Biasa $P_A = \text{Rp. } 43.066 > P_B = \text{Rp. } 32.333$.

B. *Saran*

1. Kepada Konsumen

Di dalam membeli daging ayam ras pedaging menjelang hari keagamaan (Idul Fitri) sebaiknya konsumen membeli daging ayam ras pedaging 1 (Satu) minggu menjelang Hari Keagamaan (Idul Fitri).

2. Kepada Pedagang

Sebaiknya pedagang menyiapkan stok daging ayam ras pedaging yang banyak karena, permintaan pada Hari Keagamaan lebih banyak dibandingkan permintaan Hari biasa.

3. Kepada Peneliti Lain

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti tentang fakto - faktor yang mempengaruhi permintaan daging ternak lainnya, baik itu ayam kampung maupun ternak ruminansia. Serta bagaimana prospek usaha peternakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggorodi, 1985. Pengertian daging ayam ras pedaging. Online. <http://girsangmargani.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-ayam-broiler-atau-ayam.html>
- Arsyad, L. 2000. *Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. Badan pusat statistic
- Dimasyqi, Al-Imam Abu Fida Ismail Ibnu Katsir. *Tafsir Ibnu Katsir Juz 2*. Semarang: Sinar Baru Algensindo, 2004.
- Djojodipuro, M. 1991 Teori Harga. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Jakarta. Online. <http://www.Jurnal.usu.ac.id.vol:10> Diakses tgl. 21 Agustus 2016.
- Daeng Tompo, Z. 2016. *Jelang lebaran pasar minasa maupa buka hingga pukul 23.00 malam*. Online. Makassar.Tribunnews.com. Diakses tgl 21 Agustus 2016.
- Devi, R.W. Jurnal Pasar Tradisional. Online. e-Jurnal.uajy.ac.id. Diakses tgl 21 Agustus 2016.
- Deliarnov. 2006. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi..* Erlangga : Jakarta
- Fadly. 2014. Epek Ramadan idul fitri terhadap kenaikan harga. Online. www.gudangilmusyariah.blogspot.co.id. Diakses tgl 29 september 2016.
- Hidayat,S 2013 *analisis tingkat permintaan konsumen terhadap ayam ras di kecamatan koja*.skripsi bogor institusi pertanian.
- Hanafie.Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta.
- Hartono. 1999. *Beternak Daging ayam ras Super*. CV. Gunung Mas. Pekalongan.
- Halim, I. 2015. *Pengertian permintaan dan penawaran*. Online www.cyeberffu.blogspot.co.id.diakses tgl 29 September 2016
- Ida, N. 2009. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Erlangga :Malang.
- Kusumosuwidjo, S. 1990. *Sajian dasar dalam pengantar teori ekonomi*. Rineka Cipta : Jakarta.
- Mutirdjo. 2003. *Manajemen Beternak Ayam Pedaging*. Penebar Swadaya. Jakarta

- Metrizal. 2010. *Broiler, Sejarah dan perkembangannya*. Online.
<http://www.ornitologi.ik.ipd.ac.id>.diakses tgl.21 agustus 2016.
- Narantaka, A. 2012. *Budidaya Ayam Broiler Komersial*. Yogyakarta : Javalitera.
- Nastati, R. 2012. *Menjadi milyader Ayam Broiler*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Procoyo, 2006. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Grisindo.
- Pranata, E. 2013 *Analisis Permintaan Ayam Broiler di Kota Medan*. Skripsi Universitas Sumatra Utara : Medan.
- Prastiyo, G. 2013. pengertian permintaan dan penawaran. Online.
www.galzrikudo.blogspot.co.id. Diakses tgl 1 oktober 2016.
- Poultry, Dkk. 2009. *Permintaan dan Penawaran*. Online. <http://id.wikipedia.com>
 Diakses tgl 20 Agustus 2016.
- Riana, yuni. 2014. *Faktor pemicu kenaikan harga di hari raya*. Online.
- Rochhadi, T. 2013. *Sejarah Perkembangan Broiler*. Online
<http://repository.ipb.ac.id>.diakses tgl 20 juli 2016.
- Rasyaf, A. 1994 *peternakan*. Online. <http://id.wikipedia>. Diakses pada tanggal 20 agustus 2016.
- Syawal, N. 2012. Jenis jenis pasar monopoli , oligopoli , persaingan sempurna pasar. Online. www.blogspot.co.id/p/jenis-jenis-pasar-monopoli-oligopoli.html. diakses tgl 22 oktober 2016.
- Suharno, B. 2012. *Agribisnis Ayam Ras*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Setyono, D.J dan Ulfah M. 2011. *7 Jurus Sukses Menjadi Peternak Ayam Ras*. Jakarta : penebar swadaya.
- Susilowati, 2011. *Proyeksi Permintaan Daging Ayam Ras Dikota Surakarta*. Skripsi, Universitas Sebelas Maret : Surakarta.
- Septiani, Dkk 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Ayam Ras Pedaging di Tingkat Konsumen dan Peternak di pasar Tradisional*. :Skripsi Universitas pertanian Medan.
- Shihab, M. Q. *Tafsir Al-Mishbah* . Jakarta: Lentera Hati, 2002.

- Sukirno. 2008. *Teori pengantar mikro ekonomi (edisi tiga)*. Raja Grafindo; Jakarta
- Sukirno, S. 2008. *Mikroekonomi Teori Pengantar (Edisi Ketiga)*. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Setyono, D. J dan Maria Ulfah. 2011. *7 Jurus Sukses Menjadi Peternak Ayam Ras*. Online. [www//.Jurnal.usu.ac.id](http://www.jurnal.usu.ac.id). Diakses tgl 21 Agustus 2016.
- Sayuti A. 2006. *Manajemen Peternakan Ayam Kampung*. Kanisius : Yogyakarta
- Wilson. 2007. *Teori Ekonomi Mikro*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Wijaya, 1991. *Hukum permintaan dan penawaran*. Salemba empat
- Wikipedia, 2016. Ayam ras pedaging. Online. Vol :4 <http://id.wikipedia.com>. Diakses pada tanggal 21 agustus 2016.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1 : Data Responden Pedagang Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa .

Tabel 2 : Data Responden Pedaging Ayam Ras Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral di Kecamatan Somba Opu

<i>No</i>	<i>Nama</i>	<i>Umur</i>	<i>Pendidikan</i>	<i>L/P</i>
1	<i>Amhar</i>	<i>36</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
2	<i>Daeng laja</i>	<i>43</i>	<i>SMP</i>	<i>L</i>
3	<i>Dg.nging</i>	<i>42</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
4	<i>Abu serang</i>	<i>42</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
5	<i>Dg.mginga lewang</i>	<i>43</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
6	<i>H.serang Lemope</i>	<i>40</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
7	<i>H. male</i>	<i>47</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
8	<i>H.Arifin</i>	<i>45</i>	<i>SMP</i>	<i>L</i>
9	<i>Kopral Dg.empo</i>	<i>41</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
10	<i>HJ.Puji</i>	<i>40</i>	<i>SMA</i>	<i>P</i>
11	<i>Al.Amin</i>	<i>18</i>	<i>SMP</i>	<i>L</i>
12	<i>Puang dia</i>	<i>50</i>	<i>SMP</i>	<i>P</i>
13	<i>Abd.Amir</i>	<i>38</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
14	<i>HJ.Saidah</i>	<i>42</i>	<i>SMA</i>	<i>P</i>
15	<i>Kamaruddin dg.Eba</i>	<i>48</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
16	<i>Sirajudding emba</i>	<i>40</i>	<i>SD</i>	<i>L</i>
17	<i>Nurdin Nuru</i>	<i>40</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
18	<i>Muh.Hasan</i>	<i>39</i>	<i>SI</i>	<i>L</i>
19	<i>Asdar dg.gassing</i>	<i>41</i>	<i>SMA</i>	<i>L</i>
20	<i>Fahrudin dg.koke</i>	<i>47</i>	<i>SI</i>	<i>L</i>
21	<i>Fatmawati</i>	<i>42</i>	<i>SD</i>	<i>P</i>
22	<i>Ramli Lewa</i>	<i>32</i>	<i>SD</i>	<i>L</i>
23	<i>Dg. Sau'</i>	<i>47</i>	<i>SMP</i>	<i>L</i>
24	<i>Imam purwanto</i>	<i>30</i>	<i>SI</i>	<i>L</i>
25	<i>Adi</i>	<i>25</i>	<i>SD</i>	<i>L</i>
26	<i>Suri</i>	<i>42</i>	<i>SMP</i>	<i>P</i>
27	<i>Anto</i>	<i>24</i>	<i>SD</i>	<i>L</i>
28	<i>Dg.Lewa siro</i>	<i>41</i>	<i>SD</i>	<i>L</i>
29	<i>Sinodding</i>	<i>47</i>	<i>SD</i>	<i>L</i>
30	<i>Dg. Cantara</i>	<i>42</i>	<i>SD</i>	<i>L</i>

Lampiran 2 : Rata – Rata Penjualan Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral Sungguminasa Kabupaten Gowa pada Hari Biasa.

Tabel 3 : Rata – Rata Penjualan Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Sungguminasa Dan Pasar Sentral Sungguminasa Kabupaten Gowa Pada Hari Biasa

NO	Harga Ayam Per (Ekor)	Berat Ayam Per (Kg)	Yang terjual (Ekor)
1	Rp.31.000	1,5 Kg	219 Ekor
2	Rp.28.000	1,3 Kg	50 Ekor
3	Rp. 31.000	1,4 Kg	43 Ekor
4	Rp.28.000	1,3 Kg	20 Ekor
5	Rp. 39.000	2,1 Kg	23 Ekor
6	Rp.35.000	1,5 Kg	22 Ekor
7	Rp.28.000	1,5 Kg	30 Ekor
8	Rp.38.000	2 Kg	15 Ekor
9	Rp.35.000	1,7 Kg	23 Ekor
10	Rp.28.000	1,3 Kg	21 Ekor
11	Rp.31.000	1,5 Kg	13 Ekor
12	Rp.35.000	1,7 Kg	20 Ekor
13	Rp.31.000	1,5 Kg	28 Ekor
14	Rp.30.000	1,4 Kg	11 Ekor
15	Rp.39.000	2,1 Kg	15 Ekor
16	Rp.32.000	1,5 Kg	16 Ekor
17	Rp.30.000	1,4 Kg	18 Ekor
18	Rp.37.000	2 Kg	21 Ekor
19	Rp.35.000	1,7 Kg	21 Ekor
20	Rp.35.000	1,7 Kg	18 Ekor
21	Rp.32.000	1,5 Kg	15 Ekor
22	Rp.38.000	2 Kg	15 Ekor
23	Rp.35.000	1,5 Kg	78 Ekor
24	Rp.24.000	1,6 Kg	90 Ekor
25	Rp.38.000	1,3 Kg	10 Ekor
26	Rp.31.000	1,5 Kg	11 Ekor
27	Rp.36.000	1,5 Kg	15 Ekor
28	Rp.31.000	1,4 Kg	18 Ekor
29	Rp.36.000	1,2 Kg	19 Ekor
30	Rp.32.000	1,5 Kg	18 Ekor

Lampiran 3 : Data Responden Pedagang Ayam Ras Pedaging Hari Keagamaan (Idul Fitri) di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Sungguminasa Kecamatan Kabupaten Gowa.

Tabel 4 : Rata – Rata Penjualan Daging Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa Pada Hari Keagamaan (Idul Fitri)

NO	Harga Ayam Per (Ekor)	Berat Ayam Per (Kg)	Yang terjual (Ekor)
1	Rp.42.000	1,7 Kg	141 Ekor
2	Rp.44.000	1,6Kg	141 Ekor
3	Rp.48.000	2 Kg	186 Ekor
4	Rp.38.000	1,4 Kg	125 Ekor
5	Rp.38.000	1,4 Kg	148 Ekor
6	Rp.39.000	1,3 Kg	156 Ekor
7	Rp.27.000	1,6 Kg	153 Ekor
8	Rp.47.000	1,9 Kg	123 Ekor
9	Rp.44.000	1,8 Kg	137 Ekor
10	Rp.41.000	1,7 Kg	144 Ekor
11	Rp.35.000	1,3 Kg	127 Ekor
12	Rp.49.000	2 Kg	146 Ekor
13	Rp.50.000	1,8 Kg	146 Ekor
14	Rp.39.000	1,7 Kg	128 Ekor
15	Rp.47.000	1,8 Kg	129 Ekor
16	Rp.43.000	1,8 Kg	145 Ekor
17	Rp.38.000	1,7 Kg	148 Ekor
18	Rp.39.000	1,7 Kg	152 Ekor
19	Rp.41.000	1,7 Kg	134 Ekor
20	Rp.41.000	1,7 Kg	132 Ekor
21	Rp.41.000	1,6 Kg	127 Ekor
22	Rp.30.000	1,5 Kg	129 Ekor
23	Rp.48.000	1,7 Kg	185 Ekor
24	Rp.49.000	1,7 Kg	103 Ekor
25	Rp.49.000	1,6 Kg	120 Ekor
26	Rp.49.000	1,3 Kg	124 Ekor
27	Rp.49.000	1,2 Kg	120 Ekor
28	Rp.49.000	1,4 Kg	121 Ekor
29	Rp.49.000	1,7 Kg	125 Ekor
30	Rp.49.000	1,7 Kg	130 Ekor

Lampiran 4 : Hasil uji T Permintaan Daging ayam Ras Pedaging pada Hari Biasa di pasar Tradisional Dan Pasar Sentral kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa

Tabel 5 : Uji Coefficients (Hari Biasa)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	102.882	63.946		1.609	.119
Harga,Rp	-2.217	1.965	-.209	-1.128	.269

a. Dependent Variable: Jumlah,ek

Tabel 6 : Uji Model Summary (Hari Biasa)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.209 ^a	.043	.009	39.72235

a. Predictors: (Constant), Harga,Rp

Tabel 7 : Uji ANOVA^b (Hari Biasa)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2008.571	1	2008.571	1.273	.269 ^a
Residual	44180.229	28	1577.865		
Total	46188.800	29			

a. Predictors: (Constant), Harga,Rp

b. Dependent Variable: Jumlah,ek

Tabel 8 : Uji Descriptive Statistics (Hari Biasa)

	Mean	Std. Deviation	N
Harga,Rp	32.3333	3.75393	30
Jumlah,ek	31.2000	39.90886	30

Lampiran 5 : Hasil uji T Permintaan Daging ayam Ras Pedaging pada Hari Keagamaan (Idul Fitri) di pasar Tradisional Dan Pasar Sentral kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa

Tabel 9 : Uji Coefficients (Hari Keagamaan Idul Fitri)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	153.211	24.165		6.340	.000
Harga,rp	-.365	.556	-.123	-.656	.517

a. Dependent Variable: Jumlah,ek

Tabel 10 : Uji Model Summary (Hari Keagamaan Idul Fitri)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.123 ^a	.015	-.020	18.01168

a. Predictors: (Constant), Harga,rp

Tabel 11 : Uji ANOVA^b(Hari Keagamaan Idul Fitri)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	139.722	1	139.722	.431	.517 ^a
Residual	9083.778	28	324.421		
Total	9223.500	29			

a. Predictors: (Constant), Harga,rp

b. Dependent Variable: Jumlah,ek

Tabel 12 : Uji Descriptive Statistics (Hari Keagamaan Idul Fitri)

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Jumlah,ek	1.3750E2	17.83400	30
Harga,rp	43.0667	6.01683	30

Lampiran 6 : Perbandingan Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging Dipasar Tradisional Dan Pasar Sentral di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

Tabel 13 : Deskriptif data pretest dan posttest

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Jum_Hari_Biasa	30	31.2000	39.90886	10.00	219.00
Harga_Hari_Biasa	30	32.3333	3.75393	24.00	39.00
Jum_Hari_Agama	30	1.3750E2	17.83400	103.00	186.00
Harga_Hari_Agama	30	43.0667	6.01683	27.00	50.00

Tabel 14 : Perbandingan mean rank data pretest dan posttest

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Jum_Hari_Agama -	Negative Ranks	1 ^a	2.00	2.00
Jum_Hari_Biasa	Positive Ranks	29 ^b	15.97	463.00
	Ties	0 ^c		
	Total	30		
Harga_Hari_Agama -	Negative Ranks	3 ^d	3.83	11.50
Harga_Hari_Biasa	Positive Ranks	27 ^e	16.80	453.50
	Ties	0 ^f		
	Total	30		

a. Jum_Hari_Agama < Jum_Hari_Biasa

b. Jum_Hari_Agama > Jum_Hari_Biasa

c. Jum_Hari_Agama = Jum_Hari_Biasa

d. Harga_Hari_Agama < Harga_Hari_Biasa

d. Harga

e. _Hari_Agama > Harga_Hari_Biasa

f. Harga_Hari_Agama = Harga_Hari_Biasa

Lampiran 7 : Wawancara Responden Pedagang Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.



Gambar 9 : Wawancara Pedagang di Pasar minasa Maupa (Pasar Tradisional)



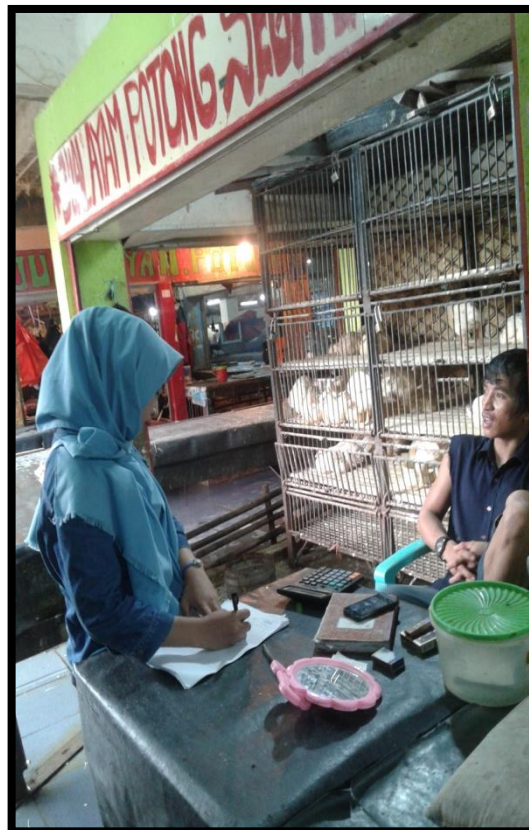
Gambar 10 : Wawancara Pedagang di Pasar minasa Maupa (Pasar Tradisional)



Gambar 11 : Wawancara Pedagang di Pasar minasa Maupa (Pasar Tradisional)



Gambar 12 : wawancara Pedagang di Pasar sentral Sungguminasa



Gambar 13 : wawancara Pedagang di Pasar sentral Sungguminasa



Gambar 14 : wawancara Pedagang di Pasar sentral Sungguminasa



Gambar 15 : wawancara Pedagang di Pasar sentral Sungguminasa

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Andi Nurrika Haslinda. Lahir di Bulukumba pada tanggal 21 Januari 1995. Penulis akrab disapa “Rika” adalah pertama dari dua bersaudara dari pasangan suami istri A.Muh.Kisman dan Jusnawati. Penulis memulai pendidikan awal di SD Negeri 178 Tulekko Kec:Bt.Tiro Kab:Bulukumba pada tahun 2000

dan tamat pada tahun 2006. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Ke SMP Negeri 1 Bulukumba dan tamat pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan Ke SMA Negeri 1 Bulukumba pada tahun 2009 dan tamat pada tahun 2012. Kemudian pada tahun 2012 penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, melalui jalur Ujian Masuk Bersama (UMB) dan diterima pada Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Ilmu Peternakan. Selama berkuliah penulis aktif menjadi anggota organisasi HMJ Ilmu Peternakan.